

CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO
Prix Quality S.p.A.

Versione approvata dall'Amministratore Unico
con determina del 31 ottobre 2025

Indice

Introduzione	3
Destinatari e struttura del Codice	4
PARTE PRIMA.....	5
La Vision Prix.....	5
I nostri Principi.....	6
PARTE SECONDA.....	9
Codice di comportamento.....	9
I. Dipendenti.....	9
II. Clienti	11
III. Fornitori e partner	13
IV. Azionisti	16
V. Collettività.....	18
PARTE TERZA:	20
Norme e regole di comportamento ai fini della prevenzione dei reati	
previsti dal D.Lgs. 231/2001.....	20
I. Norme e regole di comportamento relative all'organizzazione della Società.....	20
II. Norme e regole di comportamento relative agli illeciti societari.....	21
Norme e regole di comportamento relative alla Pubblica Amministrazione	22
PARTE QUARTA:.....	24
Attuazione, Controllo e Aggiornamento.....	24

Introduzione

Il presente “Codice Etico e di Comportamento” (di seguito anche “Codice”) è stato approvato dall'Amministratore Unico di Prix Quality S.p.A. (di seguito anche “Prix” o la “Società”) con determina del 31 ottobre 2025.

Il Codice è il documento che, da un lato, sancisce i principi generali ai quali deve conformarsi il comportamento tenuto da ognuno dei suoi Destinatari (come di seguito definiti) nei rapporti con Prix Quality S.p.A. e, dall'altro lato, prescrive specifiche regole di comportamento che saranno considerate vincolanti per i Destinatari, al di là ed indipendentemente da quanto previsto a livello normativo.

Prix ha come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti, ed il presente Codice costituisce elemento essenziale del sistema di controllo preventivo adottato dalla Società al fine della prevenzione dei reati che possono essere commessi nello svolgimento della propria attività, ed in particolare dei reati-presupposto previsti dal D.Lgs. n. 231/2001, recante la disciplina in materia di responsabilità amministrativa delle persone giuridiche (di seguito il “Decreto”).

Destinatari e struttura del Codice

I destinatari del Codice sono i membri degli organi sociali, i dipendenti ed i collaboratori esterni, intesi come coloro i quali agiscono in nome o per conto e nell'interesse o vantaggio di Prix Quality S.p.A., indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto. I destinatari sono tenuti ad osservare e far osservare le prescrizioni contenute nel presente Codice.

Prix, nell'ambito delle relazioni con tutti gli altri *stakeholder*, predilige controparti che agiscono sulla base di regole ispirate ad una condotta etica analoga a quella espressa nel presente Codice.

Il Codice è suddiviso in quattro sezioni:

- 1 *La "Visione" di Prix Quality*: esplicita il progetto e le ambizioni del Gruppo Prix Quality.
- 2 *Codice di comportamento*: evidenzia i criteri di condotta e le modalità di comportamento a cui attenersi per il rispetto dei valori e dei principi di Prix Quality.
- 3 *Riepilogo di norme e regole di comportamento ai fini del D.Lgs. 231/2001*: riassume le principali norme di comportamento in riferimento alla prevenzione dei reati ex. D.Lgs. 231/2001.
- 4 *Attuazione, controllo e aggiornamento*: identifica i responsabili del Codice Etico e spiega come applicare concretamente i contenuti, affinché diventino prassi quotidiana condivisa.

PARTE PRIMA

La Vision Prix

Fin dalla sua creazione nell'anno 1992, Prix Quality S.p.A. si è basata su valori forti, ispirati dai fondatori, motivanti per i collaboratori e apprezzati dai clienti.

Periodicamente, al ritmo di un mondo in continua evoluzione e delle rinnovate esigenze dei clienti, Prix Quality esprime il proprio progetto e le proprie ambizioni nella sua "Visione". Un termine che riunisce la parte di ideale e di sogno necessaria per realizzare grandi ambizioni.

La "Vision", comune a tutti i mestieri, dà il senso e lo scopo delle riflessioni, delle decisioni e azioni aziendali.

La "Vision" è una guida nella ricerca costante delle performance. Ispira le scelte aziendali e i comportamenti di ogni collaboratrice o collaboratore.

La Vision: Tradizione e innovazione

L'unione di questi due termini caratterizza la Vision Prix, con le particolarità che da sempre la distinguono e ne costituiscono il loro valore aggiunto.

*La **tradizione** da un lato con i suoi valori di riconoscimento della persona, servizio al cliente, genuinità e freschezza del prodotto.*

*L'**innovazione** dall'altro lato, con la tecnologia più avanzata nella logistica, nei magazzini e nei punti vendita, i sistemi di controllo qualità più sofisticati, l'organizzazione per processi di una moderna realtà aziendale e una sempre maggiore attenzione ai temi legati alla sostenibilità ambientale. Prix è stata la prima azienda del canale discount a crearsi un'immagine forte diversa dagli altri concorrenti, più legata al proprio territorio. Infatti, ove possibile, Prix predilige i piccoli produttori locali rispetto alle multinazionali, optando per realtà che operano con materie prime. Prix inoltre sostiene e sponsorizza iniziative locali, quali sagre di paese, feste scolastiche, iniziative parrocchiali e comunali, raccolte fondi a favore di istituti scolastici, umanitari e per la ricerca sanitaria.*

Oggi nel nord-est Italia Prix è una realtà nota nel settore discount e riconosciuta come catena consolidata. Inoltre, l'unione dell'originario logo Prix con la parola Quality ha trasmesso ai consumatori il messaggio che i prodotti non solo hanno un prezzo conveniente ma anche e soprattutto si contraddistinguono per un'elevata qualità.

/ nostri Valori:

- FAMIGLIA: alimentiamo in tutti lo spirito familiare che è stato la base dell'eccezionale crescita aziendale;
- CONCRETEZZA: siamo convinti che si debbano trasformare le idee in fatti, credendo con determinazione agli obiettivi ed all'intraprendenza;
- UMILTÀ E RISPETTO: crediamo che ci si debba rapportare a tutti con un concetto di pari dignità convinti che in ogni relazione umana ci sia un reciproco scambio basato sui valori;
- ONESTÀ: ci impegniamo a mantenere comportamenti etici in ogni relazione;
- CLIENTE: presente in ogni pensiero ed azione, al centro dei nostri processi ed interessi;
- QUALITÀ: perseguiamo con tutte le nostre forze la qualità e per garantirla testiamo in modo rigoroso tutti i prodotti.

La "Vision Prix" ed i Valori sono il punto di riferimento che accompagna la crescita della Società nel tempo e guida ogni giorno l'azione dei suoi collaboratori.

I nostri Principi

I principi generali sono regole di comportamento che caratterizzano lo stile di Prix Quality nell'impostare i comportamenti verso ogni categoria di interlocutore e che rappresentano quindi punti di riferimento di ogni collaboratore della Società.

Rispetto delle norme

Perseguire i propri obiettivi e operare nel rigoroso rispetto delle leggi e delle normative vigenti in Italia.

Integrità morale

Assumere, nei diversi contesti, un comportamento moralmente integro e coerente con il presente Codice, oltre che con la normativa. Ad esempio, non accettare regalie o benefici, che eccedano le normali pratiche di cortesia, e risolvere quelle situazioni ove gli interlocutori possono trovarsi in potenziale conflitto di interesse.

Equità ed imparzialità

Operare in maniera equa ed imparziale adottando lo stesso comportamento verso tutti gli interlocutori che entrano in contatto con la Società. Essere imparziali, nella forma e nella sostanza,

in tutte le decisioni che devono essere prese in modo obiettivo senza discriminare alcun interlocutore per ragioni legate al sesso, all'orientamento sessuale, all'età, alla nazionalità, allo stato di salute, alle opinioni politiche e sindacali, alla razza, alle credenze religiose e in genere a qualsiasi caratteristica della persona umana.

Tutela dell'integrità fisica

Garantire un ambiente di lavoro adeguato dal punto di vista della salute e della sicurezza personale, attraverso il rispetto dei livelli di protezione e prevenzione previsti dalla normativa vigente e il miglioramento continuo delle condizioni di sicurezza.

Trasparenza e chiarezza

Comunicare con i diversi interlocutori in modo chiaro e trasparente utilizzando un linguaggio semplice e di immediata comprensione. In particolare, la Società è attenta a informare correttamente il consumatore, anche attraverso una comunicazione commerciale orientata a non suggestionare il giudizio del consumatore stesso, informandolo correttamente e costantemente sulle caratteristiche dei beni e dei prodotti offerti e ad informare con chiarezza e coerenza i fornitori sui propri obiettivi in modo da consentire una efficiente pianificazione ed ottimizzazione delle risorse.

Efficacia ed efficienza

Migliorare costantemente l'efficacia e l'efficienza delle proprie prestazioni, attraverso piani per il miglioramento della qualità del servizio con soluzioni tecnologiche e organizzative, volte a coniugare la soddisfazione delle esigenze del consumatore con l'efficienza e l'economicità della gestione.

Riservatezza

Riconoscere il valore strategico dell'informazione definendo precise regole di riservatezza al fine di evitare un'impropria divulgazione. In particolare, si richiede una specifica cautela nel trattare le informazioni relative all'attività aziendale e ai dati di collaboratori e di terzi.

Orientamento al Consumatore

Porre la massima attenzione alla soddisfazione delle aspettative dei consumatori, sia offrendo un assortimento completo e più ampio rispetto ai concorrenti per ogni categoria di prodotti sia proponendo costantemente un competitivo rapporto qualità/prezzo dei prodotti venduti, con particolare riferimento ai prodotti "a marchio", sia ponendo la massima attenzione a non offrire prodotti recanti segni o marchi contraffatti.

Concorrenza leale

Riconoscere l'importanza fondamentale di un mercato competitivo, rispettandone le norme di legge. La Società evita pratiche (come la creazione di cartelli, la spartizione di mercati, la limitazione alla produzione o alla vendita, gli accordi condizionati, ecc) tali da rappresentare una violazione delle leggi sulla concorrenza. Nell'ambito della leale concorrenza, Prix Quality non viola consapevolmente diritti di proprietà intellettuale di terzi.

Dialogo con gli stakeholder

Prendere decisioni dopo aver ascoltato e consultato i diversi interlocutori interessati al fine di giungere a soluzioni condivise che tengano conto delle rispettive posizioni con particolare riferimento alle diverse realtà locali in cui la Società opera.

Tutela dell'ambiente

Promuovere il rispetto dell'ambiente, inteso come risorsa comune da salvaguardare, a beneficio della collettività e delle generazioni future, in un'ottica di sviluppo sostenibile.

PARTE SECONDA

Codice di comportamento

La presente sezione evidenzia le principali norme di comportamento, suddivise per interlocutore di riferimento, che i diversi destinatari del Codice devono rispettare per essere conformi ai valori e allo stile Prix.

I. Dipendenti

REALIZZARE IL SUCCESSO DELL'AZIENDA: GLI INTENTI DI PRIX QUALITY RISPETTO AI SUOI DIPENDENTI

Il motto *“il nostro personale fa la differenza”* sintetizza la volontà di sviluppare un'organizzazione capace di attrarre, trattenere e far crescere e motivare al massimo i suoi collaboratori.

Questa politica si basa sul principio che tutti i lavoratori dell'impresa sono dei collaboratori più che dei dipendenti e che lo stakeholder principale è il cliente

La gestione delle risorse umane è basata sul coinvolgimento del personale a tutti i livelli organizzativi.

Ingenti risorse sono investite annualmente nella formazione del personale a tutti i livelli per rafforzare sia le skills tecniche che le soft skills.

Per raggiungere tale obiettivo, Prix Quality esprime 12 intenti precisi nei confronti dei Dipendenti:

1. Riconoscere e rispettare la peculiarità di ciascuno

Rispetto e riconoscimento reciproci sono i presupposti di una piena realizzazione.

2. Creare una dinamica di progresso attraverso la formazione

La crescita del personale e l'evoluzione dell'Azienda richiedono un costante impegno nella formazione.

3. Responsabilizzare

A tutti i livelli, si sollecita la delega per permettere al proprio dipendente di esprimersi nell'attività lavorativa

4. Ascoltare e dialogare

Si favoriscono ascolto, concertazione, dialogo e diritto di espressione

5. Informare e comunicare

Ogni Collaboratore deve poter contare su tutte le informazioni di cui necessita e, a sua volta, far circolare quelle di cui dispone

6. Stimolare e sostenere l'attitudine al cambiamento

Prix Quality chiede ai Collaboratori apertura e attitudine al cambiamento. Li stimola e sostiene proponendo loro formazione, responsabilizzazione e promozione interna

7. Favorire il lavoro di squadra

L'Azienda tende a sviluppare il lavoro di squadra ai vari livelli dell'organizzazione

8. Proporre un ambiente di lavoro favorevole

I rapporti cordiali e attenti favoriscono la piena realizzazione delle persone e il successo dell'organizzazione

9. Agire in modo trasparente nel rispetto della verità

Il desiderio di verità e trasparenza sono la forza di Prix Quality. Tale fiducia richiede, da parte di tutti, onestà e integrità

10. Coinvolgere nel raggiungimento dei risultati

I dipendenti di Prix vengono coinvolti, in uno spirito di parità, sia ai risultati ottenuti direttamente sia a quelli collettivi cui hanno contribuito, con le modalità che di volta in volta si renderanno possibili

11. Riservatezza delle informazioni

I collaboratori di Prix Quality garantiscono la corretta gestione delle informazioni riservate e sono tenuti a non divulgarle a nessun soggetto interno o esterno, a meno che non sia obbligatorio per legge o per effetto di obblighi statutari o di regolamenti interni. L'uso improprio di informazioni riservate va contro il regolamento aziendale e potrebbe costituire violazione di legge

12. Tutela della privacy

Tutti i collaboratori, nell'espletamento delle proprie attività, sono tenuti a tutelare i dati personali degli altri collaboratori e di terzi, evitando ogni uso improprio delle loro informazioni, nel rispetto delle normative di riferimento e della tutela morale delle persone

II. Clienti

PRESENTE IN OGNI PENSIERO ED AZIONE, AL CENTRO DEI NOSTRI PROCESSI ED INTERESSI

È per questo che Prix Quality si pone i seguenti obiettivi:

1. Migliorare il potere d'acquisto e la qualità di vita del cliente

La convenienza è un nostro principio fondamentale.

2. Vendere solo prodotti di qualità, che rispondano alle aspettative del Cliente, a prezzi competitivi.
Proporre tempestivamente le novità del mercato.

Per la qualità dei prodotti, non limitarci semplicemente al rispetto delle norme, ma aver cura di offrire al Cliente solo prodotti freschi e di qualità. Al riguardo l'azienda ha coniato il suo slogan *"Risparmiate sereni, da noi si mangia bene"*.

3. Facilitare l'esperienza di spesa del cliente

Cercare ogni possibile miglioramento per consentire al Cliente di risparmiare tempo.

Progettare ed organizzare i nostri punti di vendita in modo che il Cliente possa fare gli acquisti in un contesto pratico, pulito e gradevole, piacevole e cordiale.

4. Offrire al cliente un servizio di qualità

Rafforzare le competenze del personale del punto vendita attraverso formazione continua, supportati da un servizio di assistenza clienti telefonico

5. Mantenere trasparenza nelle transazioni commerciali

Garantire che tutte le transazioni con i clienti siano documentate in modo chiaro e trasparente, evitando qualsiasi forma di pagamento non tracciabile.

6. Dare importanza al cliente

Stabilire con ogni Cliente un rapporto basato su fiducia, rispetto e gentilezza

7. Ascoltare il cliente e fornirgli delle risposte

Formare gli addetti dei punti vendita affinché diventino degli interlocutori dotati degli strumenti necessari per ascoltare il Cliente scontento, fornirgli le spiegazioni necessarie, trattare il reclamo quanto più possibile in maniera diretta, reperire soluzioni insieme a lui oppure, se necessario, indirizzarlo al responsabile in grado di rispondergli.

Come azienda, garantire pronta risposta a qualsiasi protesta o lamentela di un Cliente. Sviluppare un dialogo costruttivo con associazioni e gruppi di consumatori.

8. Rendere sicuri i punti di vendita

Garantire la sicurezza fisica del Cliente rispettando e facendo rispettare scrupolosamente le norme regolamentari all'interno del punto di vendita e nei parcheggi.

9. Proteggere il cliente

Verificare e controllare sistematicamente e con continuità la qualità e la sicurezza dei prodotti venduti.

Informare i Clienti sui rischi eventuali connessi all'acquisto di un prodotto, fornendogli informazioni sulle caratteristiche dei prodotti e sulle filiere da cui provengono, in modo da consentire una scelta sempre più consapevole.

10. Mantenere trasparenza nelle transazioni commerciali

Garantire che tutte le transazioni con i clienti siano documentate in modo chiaro e trasparente, evitando qualsiasi forma di pagamento non tracciabile.

11. Due diligence e monitoraggio

Effettuare verifiche di due diligence sui clienti significativi per assicurarsi che non siano coinvolti in attività corruttive.

12. Sensibilizzazione

Informare i clienti sulle politiche aziendali di prevenzione della corruzione e incoraggiarli a segnalare eventuali comportamenti sospetti.

III. Fornitori e partner

L'etica che muove Prix Quality si fonda sul rispetto per i Fornitori e sull'esigenza di essere corretti, onesti e leali nei loro confronti. La volontà di sviluppare insieme, a partire da valori comuni, sinergie e cooperazione è di beneficio per entrambi. Al contempo, Prix desidera ottenere dai Fornitori, a vantaggio dei Clienti, le migliori condizioni di acquisto del mercato.

L'azione di Prix è poi indirizzata a creare una cultura di qualità, sicurezza e trasparenza in tutta la filiera.

Tale prospettiva comune deve essere attuata a tutti i livelli e in tutte le dimensioni dell'attività di Prix Quality. Chiunque lavora per l'Azienda, a prescindere dalla funzione che svolge e dal luogo in cui opera, è responsabile dell'immagine e dello stile di Prix Quality.

Prix Quality si attiene dunque ai seguenti principi etici in materia di acquisti:

1. Scelta leale dei fornitori

Tale scelta risponde a cinque principi:

- Mettere in concorrenza tutti i Fornitori con lealtà e rispettare gli obblighi di riservatezza.
- Rifiuto, da parte di Prix Quality, di comportamenti che corrispondano ad un "abuso di potere"; il che significa, ad esempio, giustificare e tener conto dei tempi necessari per l'interruzione del rapporto, ma anche garantire a ogni Fornitore, a prescindere dalle sue dimensioni e dalla sua posizione sul mercato, pari qualità di ascolto, cortesia e rispetto degli impegni.
- Equilibrare le fonti di approvvigionamento, non superando le soglie di dipendenza reciproca suscettibili di alterare i rapporti e mettere a rischio l'attività del Fornitore.
- Adottare criteri di valutazione oggettivi e trasparenti nella selezione delle aziende fornitrici.
- Favorire le realtà locali in modo da promuovere l'economia ed attivare rapporti positivi col territorio.

2. Rispetto degli impegni

Il rispetto dell'impegno assunto è un valore essenziale.

Pertanto:

- Le condizioni di acquisto devono essere rispettate, dal momento che sono oggetto di un accordo formale assunto a nome dell'Azienda da un responsabile debitamente autorizzato.
- Gli ordini e i contratti definitivi devono essere rispettati, dal momento che il Fornitore rispetta i propri impegni.
- I tempi e le condizioni di pagamento pattuiti devono essere rispettati.

3. Fedeltà e partnership

Con i Fornitori che condividono e vivono i suoi stessi valori, Prix Quality intende muoversi, con fedeltà condizionata, in direzione di una partnership.

- Fedeltà condizionata significa riconoscere una priorità agli attuali Fornitori, purché conservino i requisiti di competitività in termini di prezzi, qualità e servizio.
- La partnership è un impegno durevole assunto reciprocamente perché entrambi possano progredire grazie al contributo di ciascuno. Supera l'opposizione a breve termine fra acquirenti e fornitori a favore di un progresso comune a medio termine. Comporta condivisione delle informazioni e utilizzo comune delle energie in collaborazioni precise, sancite da contratti; ciò al fine di realizzare un progresso comune, a beneficio di entrambi e, in particolare, del Cliente.

Questo riguarda tre ambiti principali:

- la riduzione dei prezzi di costo
- l'ideazione di nuovi prodotti e la proposta di una vasta scelta
- il miglioramento del servizio offerto

4. Onestà e Trasparenza

La totale onestà di tutte le persone che hanno rapporti con i Fornitori è requisito fondamentale dell'etica di Prix Quality. Inoltre, è condizione indispensabile per stabilire rapporti trasparenti e proficui sia per l'Azienda che per i Fornitori.

Omaggi e vantaggi personali da parte dei Fornitori sono contrari ai principi di trasparenza ed equità dell'Azienda. Alterano, anche in coloro che ne usufruiscono, la capacità di effettuare in modo imparziale ed equo le scelte di Fornitori affidate loro dall'Azienda.

È pertanto vietato ai dipendenti, collaboratori e soggetti apicali di accettare, anche indirettamente, regali, omaggi o benefici. I regali devono essere rifiutati e devoluti secondo le procedure aziendali.

Tutte le transazioni con clienti, fornitori e partner devono essere documentate in modo chiaro e trasparente. È vietato effettuare o accettare pagamenti non tracciabili.

5. Due diligence e monitoraggio

Effettuare verifiche di due diligence sui fornitori per assicurarsi che non siano coinvolti in attività corruttive ed implementa un processo di monitoraggio continuo.

6. Sapersi relazionare e accoglienza

Il Fornitore ha diritto al rispetto, il che significa attenersi alle seguenti regole:

- Prix Quality deve considerare i Fornitori come partner dell'Azienda e comportarsi nei loro confronti con cortesia e buona fede, in ogni circostanza.
- Prix Quality deve essere attenta alla qualità dell'accoglienza nei confronti dei Fornitori
- Ogni Fornitore ha diritto a sottoporre un'offerta a Prix Quality e a riceverne risposta.

Pertanto, le sue proposte devono essere vagliate con attenzione.

7. Approccio di filiera

Prix Quality privilegia un approccio rispettoso del Fornitore valutando tutte le conseguenze che la sua azione può determinare sulla filiera.

8. Sensibilizzazione

Informare i fornitori sulle politiche aziendali di prevenzione della corruzione e incoraggiarli a segnalare eventuali comportamenti sospetti.

IV. Azionisti

Un impegno morale lega Prix Quality ai suoi Azionisti: promuovere i valori condivisi e garantire una corretta gestione degli interessi comuni.

L'Azionista, dipendente o meno, investe i propri risparmi nell'Azienda, consentendole così di creare e sviluppare lavoro.

L'Azionista si assume il rischio di impresa e ha diritto a una parte del profitto.

Prix Quality si impegna a:

1. Garantire la redditività

In ogni azione, non perdere mai di vista l'obiettivo di redditività ed evitare gli sprechi.

Generare un livello di redditività che orienterà in modo naturale gli investimenti degli Azionisti in Prix Quality.

2. Migliorare e sviluppare l'azienda

Mettere a frutto il patrimonio dell'Azionista adeguando, migliorando e sviluppando l'Azienda.

Attenersi all'oggetto e alla ragion d'essere dell'Azienda voluti dagli Azionisti, migliorando costantemente il servizio al Cliente

3. Garantire la sicurezza finanziaria

Scegliere e valutare accuratamente i rischi che si assumono in un'ottica di tutela del patrimonio dell'Azionista.

Assumere e rispettare gli impegni definiti di comune accordo con gli Azionisti.

4. Promuovere e diffondere la volontà di intraprendere

5. Comunicare in modo trasparente le informazioni necessarie

Far condividere agli Azionisti gli aspetti essenziali dell'attività: andamenti, sfide e poste in gioco.

Informarli regolarmente e in modo obiettivo su tutte le componenti.

Presentare puntualmente la situazione economico-finanziaria dell'Azienda.

Stimolare e favorire la conoscenza interna dell'Azienda da parte degli Azionisti di riferimento.

Sviluppare la cultura economica di tutti gli Azionisti.

6. Accertarsi della competenza e favorire la piena realizzazione delle persone

La competenza e la motivazione dei Collaboratori sono il sostegno decisivo per l'evoluzione dell'Azienda.

7. Sviluppare un'immagine favorevole

Migliorare e promuovere l'immagine di Prix Quality all'interno così come all'esterno dell'Azienda.

V. Collettività

PRIX QUALITY INTENDE ESSERE UN'AZIENDA ATTENTA AL CONTESTO SOCIALE E CIVILE IN CUI OPERA, E UN ATTORE ECONOMICO COSTRUTTIVO NELLA COMUNITÀ LOCALE, REGIONALE E NAZIONALE

Prix Quality si impegna a:

1. Partecipare allo sviluppo del contesto sociale e civile

Prix Quality partecipa in modo costruttivo e responsabile alla vita della comunità in cui opera.

Tale partecipazione significa, innanzi tutto, garantire il mantenimento, la creazione e lo sviluppo di posti di lavoro stabili e, di conseguenza, la sostenibilità della sua catena di fornitura.

Inoltre, nell'ambito dello sviluppo e dell'espansione dei propri vendita, Prix Quality contribuisce attivamente alla riqualificazione di aree dismesse.

2. Promuovere la produzione nazionale e la competitività

Prix Quality sostiene il settore della produzione e commercio di beni alimentari e non favorendo la competitività a livello nazionale e internazionale.

3. Partecipare collettivamente e individualmente alla vita locale o nazionale

Impegnandosi per la crescita del contesto sociale e civile, Prix Quality è consapevole che il suo sviluppo è legato a quello dell'ambiente in cui opera; dunque, si assume una parte di co-responsabilità per contribuire a migliorare il contesto in cui opera.

In tale ottica, Prix Quality si impegna, in ambiti legati alla promozione sociale.

4. Migliorare la qualità di vita e l'ambiente

Prix Quality è costantemente attenta a migliorare in modo attivo la qualità di vita e l'ambiente: riducendo al minimo indispensabile ogni forma di inquinamento connesso alla sua attività, sviluppando punti vendita gradevoli, sicuri, ben integrati nell'ambiente naturale e tali da agevolare e rendere gradevole la vita delle persone.

5. Comunicare con i media in coerenza con le politiche di Prix Quality

La comunicazione all'esterno di dati o di informazioni dovrà essere veritiera, trasparente e coerente con le politiche di Prix Quality. Pertanto, i collaboratori si asterranno da comportamenti e dichiarazioni che possano in alcun modo ledere l'immagine della Società.

6. Improntare i rapporti con partiti politici e organizzazioni sindacali alla trasparenza e correttezza

Qualsiasi rapporto della Società con organizzazioni sindacali, partiti politici e loro rappresentanti o candidati, deve essere improntato alla massima trasparenza e correttezza.

7. Mantenere i rapporti con la comunità scientifica

Mantenere il costante rapporto con la comunità scientifica, al fine di identificare in anticipo i rischi emergenti per l'Azienda, i Collaboratori, i Clienti, in modo da poter attivare azioni efficaci per la loro prevenzione. Per questa ragione, oltre a rapporti sistematici con le istituzioni scientifiche, sui temi identificati come prioritari.

8. Trasparenza e Accessibilità delle Informazioni

Tutte le informazioni rilevanti sulle attività aziendali devono essere facilmente accessibili e comprensibili per la collettività.

PARTE TERZA:

Norme e regole di comportamento ai fini della prevenzione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001

Per facilitare la comprensione da parte dei destinatari delle aree del “fare” e del “non fare”, in riferimento alla prevenzione di reati ex D. Lgs. 231/2001, di seguito vengono riepilogate le norme di comportamento rilevanti.

I. Norme e regole di comportamento relative all’organizzazione della Società

- Ogni operazione e/o transazione, intesa nel senso più ampio del termine, deve essere legittima, autorizzata, coerente, congrua, documentata, registrata ed in ogni tempo verificabile.

Le procedure che regolano le operazioni devono consentire la possibilità di effettuare controlli sulle caratteristiche della transazione, sulle motivazioni che ne hanno consentito l’esecuzione, sulle autorizzazioni allo svolgimento, sull’esecuzione dell’operazione medesima.

Ogni soggetto che effettui operazioni e/o transazioni aventi ad oggetto somme di denaro, beni o altre utilità economicamente valutabili, appartenenti alla Società, deve agire su specifica autorizzazione e fornire a richiesta ogni valida evidenza per la sua verifica in ogni tempo.

- I collaboratori che, per conto di Prix Quality, effettuano qualsiasi acquisto di beni e/o servizi, incluse le consulenze, devono agire nel rispetto dei principi di correttezza, economicità, qualità e liceità ed operare con la diligenza richiesta dalla natura dell’incarico e dalle loro specifiche competenze.
- La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati, e delle loro specifiche competenze, rispetto a quanto atteso e alle esigenze aziendali così come risultano dalla richiesta avanzata dalla funzione interessata, sempre nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati.

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

- Prix Quality si impegna a fare in modo che eventuali obiettivi annuali prefissati, sia generali sia individuali, siano possibili, specifici, concreti, misurabili e relazionati con il tempo previsto per il loro raggiungimento.
- Ciascuna funzione aziendale è responsabile della veridicità, autenticità e originalità della documentazione e delle informazioni rese nello svolgimento dell'attività di propria competenza.
- Prix Quality e i suoi collaboratori non devono mai svolgere o essere coinvolti in attività tali da implicare la ricettazione, il riciclaggio e l'impiego di denaro, beni o altra utilità di provenienza illecita. Prima di stabilire relazioni o stipulare contratti con clienti, fornitori e partners in relazioni d'affari, la Società è tenuta ad assicurarsi circa l'attendibilità commerciale e professionale della loro attività.

II. Norme e regole di comportamento relative agli illeciti societari

- Prix Quality condanna qualsiasi comportamento, da chiunque posto in essere, volto ad alterare la correttezza e la veridicità dei dati e delle informazioni contenute nei bilanci, nelle relazioni o nelle altre comunicazioni sociali previste per legge e dirette agli Azionisti e al pubblico.
- Tutti i soggetti chiamati alla formazione dei suddetti atti sono tenuti a verificare, ciascuno per le parti di rispettiva competenza, la correttezza dei dati e delle informazioni che saranno poi recepite per la redazione degli atti sopra indicati.
- Prix Quality esige che i suoi collaboratori tengano una condotta corretta e trasparente nello svolgimento della loro funzione, soprattutto in relazione a qualsiasi richiesta avanzata da parte degli Azionisti, del Collegio Sindacale, degli altri Organi Sociali e della Società di Revisione nell'esercizio delle loro rispettive funzioni istituzionali.
- E' vietato porre in essere qualsiasi comportamento da parte degli Amministratori della Società volto a cagionare una lesione all'integrità del patrimonio sociale o un danno nei confronti degli Azionisti.
- Gli Amministratori non devono effettuare alcun tipo di operazione societaria suscettibile di cagionare un danno ai creditori.
- E' vietato compiere qualsiasi atto, simulato o fraudolento, diretto a influenzare la volontà dei componenti l'Assemblea degli Azionisti per ottenere l'irregolare formazione di una maggioranza e/o una deliberazione differente da quella che si sarebbe altrimenti prodotta.

- E' vietato diffondere intenzionalmente notizie false sia all'interno che all'esterno del Società, concernenti la Società stessa e i suoi collaboratori, con la piena consapevolezza e conoscenza della loro falsità.
- I collaboratori, in occasione di verifiche e di ispezioni da parte delle Autorità pubbliche competenti, devono mantenere un atteggiamento di massima disponibilità senza ostacolare in nessun modo le funzioni degli Organi ispettivi e di controllo, al fine di un migliore espletamento dei loro compiti.

III. Norme e regole di comportamento relative alla Pubblica Amministrazione

Per Pubblica Amministrazione si intendono tutti quei soggetti, privati e di diritto pubblico, che svolgono una "funzione pubblica" o un "pubblico servizio", con i quali Prix Quality e i suoi collaboratori interagiscono. Rientrano in questo ambito, le Autorità di Vigilanza, le Regioni, le ASL.

- Prix Quality ispira ed adegua la propria condotta al rispetto dell'imparzialità e del buon andamento cui è tenuta la P.A.

Le persone con l'incarico di seguire una qualsiasi trattativa, richiesta o rapporto istituzionale con la Pubblica Amministrazione, non devono cercare di influenzarne impropriamente le decisioni, né tenere comportamenti illeciti, quali l'offerta di denaro o di altra utilità, che possano alterare l'imparzialità di giudizio del rappresentante della Pubblica Amministrazione.

- Costituisce comportamento illecito il ricorso a dichiarazioni o documenti alterati, falsificati o l'omissione di informazioni o, in generale, il compimento di artifici e raggiri, volti ad ottenere concessioni, autorizzazioni, finanziamenti, contributi da parte dell'Unione Europea, dello Stato o di altro Ente Pubblico.
- L'assunzione di ex dipendenti della Pubblica Amministrazione, che nell'esercizio delle loro funzioni abbiano intrattenuto rapporti con Prix Quality, o di loro parenti e/o affini, avviene nel rigoroso rispetto delle procedure standard definite dalla Società per la selezione del personale.

Anche la definizione di altri rapporti di lavoro con ex dipendenti della Pubblica Amministrazione, o con loro parenti e/o affini, avviene nel rigoroso rispetto delle procedure interne.

- Prix Quality utilizza i contributi, le sovvenzioni o i finanziamenti ottenuti dall'Unione Europea, dallo Stato o da altro Ente Pubblico, anche se di modico valore e/o importo, per le finalità per cui sono stati richiesti o concessi.

PARTE QUARTA:

Attuazione, Controllo e Aggiornamento

I collaboratori di Prix Quality si impegnano ad osservare e far osservare i principi del presente Codice di Etico. In particolare, gli amministratori e i dirigenti hanno il dovere di fornire per primi l'esempio di coerenza tra il Codice e i comportamenti quotidiani. L'osservanza dei principi del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di Prix Quality ai sensi e per gli effetti delle normative vigenti.

Prix Quality ha identificato nell'Organismo di Vigilanza (di seguito anche "OdV") l'ente garante del rispetto e della corretta attuazione di quanto enunciato nel Codice Etico. Pertanto, l'Organismo di Vigilanza:

- si confronta con le funzioni competenti per stimolare adeguati percorsi di formazione;
- chiarisce dubbi interpretativi e situazioni di dilemma etico;
- raccoglie le segnalazioni di presunta violazione;
- provvede a svolgere le opportune indagini, riportando alle funzioni competenti l'esito e accertandosi che le sanzioni vengano comminate;
- garantisce la riservatezza sull'identità del segnalante, tutelando da eventuali ritorsioni.

Prix Quality prevede l'adozione di un sistema disciplinare idoneo a sanzionare il mancato rispetto del Codice Etico da parte dei destinatari. Tali sanzioni rappresentano l'applicazione del sistema disciplinare già previsto dalla normativa e dai CCNL applicabili. Qualsiasi soggetto coinvolto in casi di intimidazione o ritorsione verso coloro che effettuano in buona fede segnalazioni sarà perseguito con azioni disciplinari, compresa l'eventuale risoluzione del rapporto di lavoro.

Le comunicazioni all'Organismo di Vigilanza (quali la segnalazione di presunta violazione, la richiesta di un chiarimento o di un parere) devono essere fatte in forma *non anonima* e possono essere inviate, da parte dei collaboratori e di tutti gli altri interlocutori di Prix Quality, ai seguenti riferimenti:

E-mail: odv@prixquality.com

Indirizzo di posta: Prix Quality S.p.A. c/o Organismo di Vigilanza, Via del Lavoro n.3, 36040 Grisignano di Zocco (VI)

Inoltre, in coerenza con il D. Lgs. del 10/03/2023, n. 24, recante l'attuazione della Direttiva (UE) 2019/1937 del Parlamento europeo e del Consiglio del 23 ottobre 2019, riguardante la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione (cd. "Direttiva Whistleblowing"), Prix ha attivato un "Canale Whistleblowing" e predisposto una relativa procedura denominata "Procedura interna Whistleblowing" che definisce i ruoli e le responsabilità per la gestione efficace, tempestiva e trasparente delle segnalazioni ricevute tramite tale canale, anche anonime, di comportamenti messi in atto da soggetti funzionalmente legati alla Società, sospetti di essere non conformi secondo quanto definito dalla normativa in materia, al fine di garantire un elevato livello di protezione delle persone segnalanti da eventuali ritorsioni. Come noto, possono formare oggetto di segnalazione anche le condotte illecite rilevanti ai sensi del D.lgs. n. 231/2001 e le violazioni del Modello 231.

Gli interessati che intendano effettuare la segnalazione di una "condotta sospetta" come definita ai sensi della già menzionata procedura e normativa, possono inviare una segnalazione utilizzando il Canale Whistleblowing interno raggiungibile dal sito www.prixquality.com alla sezione "Whistleblowing", ovvero accedendo direttamente al seguente link: <https://prixquality.signaletic.it/signaletic/home>, ovvero nelle altre modalità regolate dalla normativa vale a dire segnalazione tramite il canale esterno A.N.A.C., o divulgazione pubblica o denuncia all'autorità giudiziaria. Sempre nel sito web della società, sono rinvenibili i Termini e condizioni di utilizzo del suddetto Canale Interno.

I soggetti incaricati a ricevere, verificare e valutare la segnalazione sono i Gestori Interni nominati dall'Azienda.

Si precisa infine che il Gestori Interni, qualora accertino che sia stato segnalato un illecito rispetto al Modello ex D. Lgs. 231/2001, sono tenuti a trasmettere la segnalazione all'Organismo di Vigilanza, il quale collaborerà con essi per lo svolgimento della relativa istruttoria.

La lingua del Codice Etico è l'italiano. E' stata predisposta una traduzione in inglese di mera cortesia e non vincolante, in caso di discrepanze tra la versione in italiano e quella in inglese prevale quella in Italiano.