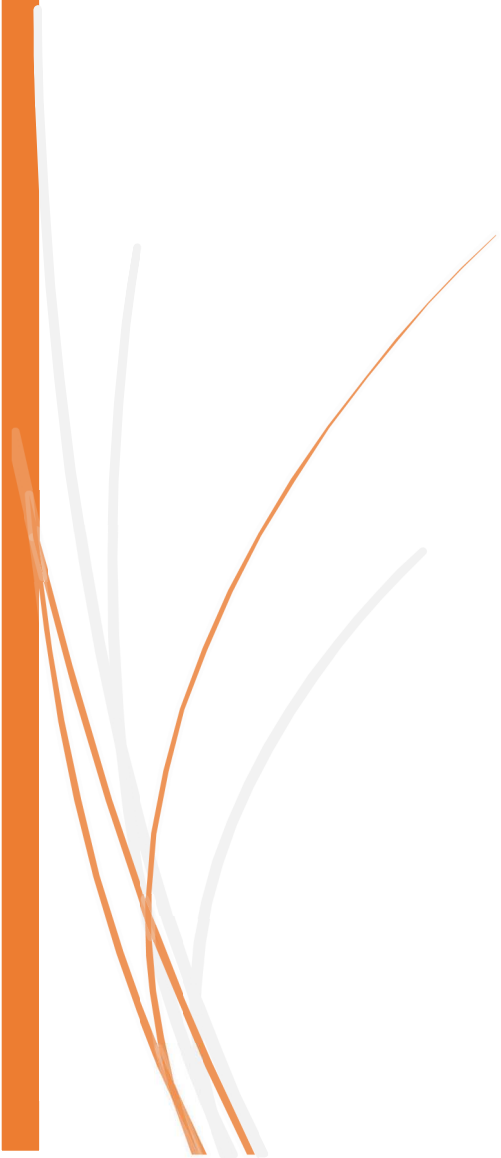




# Codice Etico

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione in  
data 28 luglio 2017*



## Sommario

1. PREMESSA .....	4
2. AMBITO DI APPLICAZIONE E MODALITA' DI ATTUAZIONE .....	4
2.1 ORGANISMO DI VIGILANZA.....	4
2.2 DESTINATARI DEL CODICE.....	5
2.3 APPLICAZIONE DEL CODICE.....	5
2.4 VIOLAZIONE DEL CODICE ETICO .....	5
2.5 INFORMAZIONE E FORMAZIONE .....	6
3. MISSION.....	7
4. PRINCIPI DI RIFERIMENTO .....	8
4.1 PRINCIPIO DI LEGALITÀ.....	8
4.2 RISPETTO DELLA PERSONA.....	9
4.3 LIBERA CONCORRENZA .....	9
4.4 AMBIENTE .....	9
5. CORRETTA GESTIONE AZIENDALE.....	10
5.1 COMPLETEZZA E CORRETTEZZA DELL'INFORMAZIONE.....	10
5.2 TRATTAMENTO E RISERVATEZZA DELLE INFORMAZIONI .....	10
5.3 TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE, INTELLETTUALE E DEL DIRITTO D'AUTORE.....	11
5.4 OMAGGI, REGALIE, LIBERALITA' E ALTRE FORME DI BENEFICI .....	11
5.5 UTILIZZO DI ATTREZZATURE, DISPOSITIVI E STRUTTURE AZIENDALI .....	11
5.6 SALUTE E SICUREZZA DEI LUOGHI DI LAVORO.....	12
5.7 DIVIETO DI DETENZIONE DI MATERIALE PORNOGRAFICO .....	12
6. RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER .....	13
6.1 PROPRIETA' .....	13
6.2 CAPITALE UMANO .....	13

6.3	CLIENTI .....	13
6.4	FORNITORI, CONSULENTI E PARTNER COMMERCIALI .....	14
6.5	AMMINISTRAZIONE PUBBLICA.....	14
6.6	RAPPORTI CON I MEDIA .....	16

## 1. PREMESSA

Community S.r.l (d'ora in avanti, "**Community**") è una società che fornisce supporto in tutte le discipline del *Reputation Management* e della comunicazione.

Il presente Codice Etico (di seguito, anche il "**Codice**") contiene principi e norme di comportamento, che arricchiscono i processi decisionali aziendali e orientano i comportamenti dei destinatari, come individuati successivamente.

Esso costituisce parte integrante del Modello di Organizzazione e Gestione (d'ora in avanti, il "**Modello**") della Società definito ai sensi del D.lgs. 231/01 (d'ora innanzi, il "**Decreto**" o "**DLgs 231/01**").

Il Codice Etico costituisce elemento di riferimento per i destinatari e abbraccia in modo ampio il ruolo ed i rapporti di Community con i propri stakeholder (ovvero quei soggetti, intesi nel senso di individui e organizzazioni, che hanno con la società relazioni significative dalle quali derivano specifici o generici interessi legittimi).

## 2. AMBITO DI APPLICAZIONE E MODALITA' DI ATTUAZIONE

### 2.1 ORGANISMO DI VIGILANZA

Al fine di garantire il rispetto delle norme e dei principi espressi nel Codice, nonché di verificare il funzionamento e l'efficacia del Modello ex D.lgs. 231/01 adottato da Community per la prevenzione dei reati contemplati da tali norme, è istituito un Organismo di Vigilanza (di seguito anche "**OdV**").

È inoltre definito un Sistema Sanzionatorio che prevede e disciplina le conseguenze derivanti dalla commissione di illeciti e più in generale dall'inosservanza delle norme contenute nel Modello e nelle sue singole componenti nonché l'irrogazione di idonee sanzioni.

Con riferimento al Codice Etico, l'OdV ha il compito di assolvere diversi compiti:

- Monitorare l'applicazione dello stesso da parte dei soggetti interessati, accogliendo eventuali segnalazioni fornite dagli *stakeholder*;
- Notiziare regolarmente l'Organo Amministrativo sui risultati dell'attività di vigilanza effettuata, segnalando, altresì, eventuali violazioni;
- Esprimere pareri in relazione alla revisione delle procedure e dei protocolli, allo scopo di garantirne la congruenza al Codice;
- Provvedere, ove necessario, alla proposta di revisione periodica del contenuto del documento/modello.

## 2.2 DESTINATARI DEL CODICE

Il presente Codice si applica a Community e i suoi destinatari sono pertanto i soci, i membri degli organi statutari, i procuratori, i dipendenti e i collaboratori della Società, i fornitori caratteristici, che contribuiscono alla catena del valore della Società, i partner commerciali, nonché tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, operano in nome e per conto della Società (d'ora in avanti, i "Destinatari").

Ai clienti di Community è richiesto di prendere atto dell'adozione del Codice da parte della Società e di impegnarsi al rispetto dei valori in esso rappresentati, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per il mantenimento del rapporto d'affari. L'eventuale inosservanza dei principi previsti nel Codice da parte dei clienti sarà valutata anche ai fini della tutela dei diritti ed interessi della Società.

Community s'impegna alla diffusione del Codice presso tutti i soggetti interessati agevolando la sua corretta interpretazione. Mette a disposizione gli strumenti che ne favoriscano l'applicazione e l'attuazione, prende le necessarie misure per svolgere attività di verifica e monitoraggio, prevedendo sanzioni in caso di sua violazione.

## 2.3 APPLICAZIONE DEL CODICE

I Destinatari sono tenuti a conoscere le norme contenute nel Codice Etico e le norme di riferimento che regolano l'attività svolta nell'ambito della loro funzione, derivanti dalla legge, da procedure e da regolamenti interni.

I Destinatari devono altresì accettare gli impegni derivanti dal presente Codice Etico, nel momento di costituzione del rapporto di lavoro o della relazione di affari, di prima diffusione del Codice Etico o di sue eventuali modifiche o integrazioni rilevanti.

I Destinatari del Codice Etico, devono:

- Astenersi dal porre in essere comportamenti in contrasto con le norme contenute nel Codice Etico;
- Informare tempestivamente l'OdV in merito a possibili violazioni e/o qualsiasi richiesta di violazione sia stata rivolta loro. In questo caso al mittente della comunicazione è assicurata l'assoluta riservatezza;
- Collaborare con le strutture a cui è demandata la verifica di possibili violazioni.

## 2.4 VIOLAZIONE DEL CODICE ETICO

In caso di accertata violazione del Codice Etico – la cui osservanza costituisce parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai Destinatari - sono adottati, per la tutela degli interessi aziendali e compatibilmente con la normativa applicabile, provvedimenti sanzionatori.

I soggetti interessati possono segnalare all’OdV, per iscritto in forma non anonima, ogni violazione, sospetto o richiesta di violazione del Codice Etico. Questi provvede ad un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente i soggetti interessati dalla presunta violazione, garantendo la riservatezza dell’identità di entrambi, fatti salvi gli obblighi di legge.

Le segnalazioni presentate in buona fede non potranno comportare ripercussioni negative ai danni del segnalante anche nel caso in cui le stesse dovessero risultare infondate. Tuttavia si richiede di astenersi dall’avanzare segnalazioni il cui unico scopo è la delazione verso il soggetto interessato.

## 2.5 INFORMAZIONE E FORMAZIONE

Il Codice è diffuso a tutti i soggetti interessati interni ed esterni mediante apposite attività di informazione ed è pubblicato sul portale della Società.

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del Codice Etico, la Società predispone e realizza, anche in base alle eventuali indicazioni dell’OdV, un piano periodico di comunicazione/formazione volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche in esso contenute.

Le iniziative formative possono essere differenziate a seconda del ruolo e della responsabilità dei Destinatari.

In caso di richiesta di chiarimenti sui contenuti del Codice o sulle modalità di applicazione degli stessi è possibile rivolgersi all’OdV e/o al Responsabile HR.

### 3. MISSION

Community è una boutique di advisory che opera nel reputation management con un approccio fortemente integrato e interdisciplinare.

Fondata nel 2001, è diventata in pochi anni leader del settore e un punto di riferimento per imprese e realtà finanziarie italiane e internazionali, associazioni, società di consulenza e studi professionali che vogliono costruire, migliorare o difendere la propria reputazione e gestire la leva di comunicazione accedendo a un servizio di alto livello e tailor made.

Community opera a fianco del cliente, con un approccio fortemente strategico e consulenziale, osservando principi e valori che influenzano in modo determinante l'attività: trasparenza, proattività, orientamento all'obiettivo, riservatezza, indipendenza.

Community è convinta che la vicinanza geografica oltre che attitudinale con il cliente sia fondamentale, per questo ha sedi a Milano, Treviso e Roma, e un network esteso di partner e consulenti in altre città italiane.

Per i progetti di comunicazione con forti ricadute oltre confine, Community opera in partnership con gruppi leader a livello internazionale come FTI Consulting e Teneo.

## 4. PRINCIPI DI RIFERIMENTO

I valori fondamentali di Community s'individuano in:

- Diligenza;
- Onestà e rispetto;
- Fiducia ed Affidabilità;
- Eccellenza;
- Professionalità;
- Accuratezza e correttezza;
- Lealtà;
- Trasparenza;
- Riservatezza
- Indipendenza

È necessario che tali valori vengano tradotti in condotte, comportamenti che abbiano un'efficacia concreta ai fini di una più efficace ed efficiente organizzazione aziendale.

Community tiene in particolare considerazione i seguenti aspetti:

- Sviluppo delle relazioni con gli stakeholder
- Condivisione e collaborazione
- Sviluppare un approccio d'ascolto nei confronti di cliente
- Creazione di valore per gli stakeholder

### 4.1 PRINCIPIO DI LEGALITÀ

Community assume come principio fondamentale l'osservanza della legge, delle norme e delle procedure aziendali in relazione al perseguimento dell'oggetto sociale.

Per tali ragioni Community si impegna ad adottare tutte le misure necessarie al rispetto delle leggi vigenti, da parte dei Destinatari del Codice Etico.

È da considerarsi, dunque, proibito qualsiasi comportamento o condotta che si configuri, o possa integrare, una qualsivoglia fattispecie di reato, in particolare se la stessa sia contemplata dal DLgs 231/01 e successive modifiche e integrazioni.



Si ricorda che la convinzione di agire nell'interesse e a vantaggio di Community non giustifica, l'adozione di comportamenti in contrasto con i contenuti del presente Codice Etico: le violazioni in tal senso comporteranno la comminazione di sanzioni.

## 4.2 RISPETTO DELLA PERSONA

La società si impegna a:

- Assicurare il rispetto dell'integrità fisica e culturale delle persone, il valore del capitale umano nonché la valorizzazione delle competenze delle figure che operano all'interno dell'organizzazione;
- Evitare discriminazioni nelle decisioni che influiscono nei rapporti con gli stakeholder, in relazione a sesso, età, religione, stato di salute, razza, nazionalità, opinioni politiche;
- Rimuovere eventuali minacce e/o richieste che hanno il fine di indurre le figure operanti in Community a tenere comportamenti contrari alla legge e al presente Codice.

## 4.3 LIBERA CONCORRENZA

La Società considera la libera concorrenza un bene da tutelare e riconosce che la concorrenza corretta e leale incide sulla reputazione e sull'immagine aziendale ed è funzionale allo sviluppo sostenibile dell'impresa e del mercato in cui opera. Con riferimento a tali aspetto, si astiene da comportamenti atti a favorire la conclusione di affari a proprio vantaggio in modo sleale o in violazione di leggi o norme vigenti.

## 4.4 AMBIENTE

Community è attenta al costante miglioramento nell'utilizzo razionale, e consapevole delle risorse energetiche.

## 5. CORRETTA GESTIONE AZIENDALE

### 5.1 COMPLETEZZA E CORRETTEZZA DELL'INFORMAZIONE

Community assicura una corretta informazione ai propri soci e agli organi di controllo interni ed esterni in ordine ai fatti significativi concernenti la propria gestione societaria.

Le scritture contabili, le evidenze finanziarie, e gestionali ed ogni altra comunicazione che la Società rilascia a terzi rispondono ai requisiti di veridicità, completezza ed accuratezza.

È fatto divieto ai Destinatari, nell'ambito del rapporto con la Società, di:

- Esporre fatti materiali non rispondenti al vero;
- Omettere informazioni la cui comunicazione è imposta dalla legge, sulla situazione economica, patrimoniale o finanziaria della Società;
- Occultare dati o notizie in modo idoneo a indurre in errore i destinatari degli stessi;
- Impedire o comunque ostacolare lo svolgimento delle attività di controllo legalmente attribuite ai soci e, ove previsti, agli altri organi sociali.

Nello svolgimento della propria attività, in particolare con riferimento ai rapporti con i clienti, Community assicura l'osservanza di norme, leggi.

### 5.2 TRATTAMENTO E RISERVATEZZA DELLE INFORMAZIONI

Community assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso, e si astiene dal ricercare dati riservati attraverso mezzi illegali.

La Società si è dotata di protocolli ovvero procedure, volti al raggiungimento di un adeguato livello di sicurezza nella gestione del patrimonio informativo aziendale, in termini di:

- Confidenzialità;
- Integrità;
- Disponibilità.

Community s'impegna a garantire e tutelare la sicurezza e la protezione dei dati e delle informazioni riservate o personali di cui viene in possesso in relazione a soci, clienti, dipendenti, consulenti, collaboratori o terzi di cui è in possesso.

I Destinatari s'impegnano a non diffondere, non abusare delle informazioni privilegiate aventi impatto sul mercato, oltre a non manipolarle e diffonderne di false.

I Destinatari non possono utilizzare le informazioni privilegiate e di carattere confidenziale per effettuare operazioni personali direttamente o indirettamente, anche per interposta persona, per conto proprio o per conto di terzi. Non è inoltre possibile consigliare o sollecitare qualsiasi terzo, ad effettuare operazioni su strumenti finanziari che, se effettuati a titolo personale dai Destinatari, rientrerebbero nella definizione di cui sopra.

### 5.3 TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE, INTELLETTUALE E DEL DIRITTO D'AUTORE

Community impronta la propria condotta alla legalità e alla trasparenza in ogni sua attività e condanna qualsiasi forma di turbativa alla libertà dell'industria e del commercio, nonché ogni possibile forma di frode, abusiva duplicazione o riproduzione, contraffazione, usurpazione o alterazione di beni materiali e immateriali suscettibili di privativa derivante da un titolo di proprietà industriale o intellettuale proprio o di terzi, richiamando tutti coloro che operano per conto della Società al rispetto della normativa. I diritti di proprietà industriale e/o intellettuale sui beni suscettibili di tutela, eventualmente creati, sviluppati o realizzati nell'ambito dell'attività lavorativa, (quali, a mero titolo esemplificativo e non esaustivo, marchi, loghi, segni di riconoscimento, *know-how*, software, studi e pubblicazioni etc.) appartengono alla Società, che conserva il diritto di utilizzarli nei modi e nelle forme che considererà più opportuni, fermo restando il diritto morale dell'autore degli stessi ad essere riconosciuto tale.

Ciascun Destinatario si impegna a proteggere i diritti di proprietà industriale ed intellettuale in titolarità o in uso a Community e a non utilizzare illecitamente beni protetti da privativa industriale e/o intellettuale.

### 5.4 OMAGGI, REGALIE, LIBERALITA' E ALTRE FORME DI BENEFICI

Gli omaggi, i regali, le liberalità e i benefici non eccedono le normali pratiche commerciali o di cortesia e non vengono effettuati qualora siano rivolti ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi operazione riconducibile all'attività societaria.

In ogni caso i Destinatari si devono astenere dal compiere pratiche non consentite dalla legge e dagli usi commerciali.

### 5.5 UTILIZZO DI ATTREZZATURE, DISPOSITIVI E STRUTTURE AZIENDALI

Ciascun Destinatario è tenuto ad operare con la diligenza necessaria a tutelare i beni aziendali attraverso comportamenti responsabili.

A tal fine, ciascun Destinatario ha la responsabilità di custodire, conservare e difendere i beni e le risorse della Società che gli sono affidati nell'ambito della sua attività ed è tenuto a utilizzarli in modo conforme all'interesse sociale nonché alla legge, impedendone ed evitandone l'uso da parte di terzi non autorizzati nonché l'utilizzo per finalità improprie. È espressamente vietato utilizzare i beni aziendali, per esigenze personali o estranee a quelle lavorative, per finalità contrarie a norme di legge, all'ordine pubblico o al buon costume.

Con particolare riferimento agli strumenti informatici messi a disposizione dalla Società ai Destinatari, è vietato porre in essere condotte che possano danneggiare, alterare, deteriorare o distruggere i sistemi informatici o telematici, i programmi e i dati informatici della Società o di soggetti terzi. È altresì espressamente vietato introdursi abusivamente in sistemi informatici o telematici protetti da misure di sicurezza ovvero mantenersi contro la volontà espressa o tacita di chi ha il diritto di escluderlo, così come procurarsi, riprodurre, diffondere, comunicare e/o consegnare codici, parole chiave o altri mezzi idonei all'accesso a sistemi informatici o telematici protetti da misure di sicurezza, o, comunque, fornire indicazioni o istruzioni idonee al predetto scopo.

È, inoltre, vietato distruggere, deteriorare, cancellare, alterare o sopprimere informazioni, dati o programmi informatici altrui, ivi compresi quelli utilizzati dallo Stato o da altro ente pubblico o ad esso pertinenti, o comunque di pubblica utilità, nonché introdurre o trasmettere dati, informazioni o programmi atti a distruggere, danneggiare, rendere, in tutto o in parte, inservibili sistemi informatici o telematici altrui o di pubblica utilità od ostacolarne gravemente il funzionamento.

È, infine, vietata la falsificazione di qualsiasi documento, anche di natura informatica.

## 5.6 SALUTE E SICUREZZA DEI LUOGHI DI LAVORO

La salute e la sicurezza dei Destinatari nonché dei terzi che hanno rapporti con la Società costituisce obiettivo primario per Community che è costantemente impegnata nella tutela della salute e della sicurezza.

La conoscenza e l'osservanza delle normative vigenti in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro è, pertanto, un requisito prioritario per la Società, per tutti i suoi collaboratori e dipendenti, nonché per le controparti contrattuali ed i fornitori.

## 5.7 DIVIETO DI DETENZIONE DI MATERIALE PORNOGRAFICO

La Società vieta, all'interno di qualsiasi luogo ad essa riconducibile, la visione, l'utilizzo, il *download*, la detenzione, l'archiviazione e la riproduzione di materiale pornografico o di immagini virtuali, con qualsiasi mezzo elettronico messo a disposizione dalla Società.

## 6. RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

### 6.1 PROPRIETÀ

Community s’impegna a valorizzare l’investimento dei soci, attraverso una strategia in grado di garantire nel tempo soddisfacenti risultati economici e la conservazione del patrimonio

### 6.2 CAPITALE UMANO

Community riconosce la centralità del capitale umano e l’importanza di stabilire e conservare con esso un rapporto basato sulla reciproca lealtà e fiducia.

La Società ha infatti individuato le responsabilità e i doveri che intende assumere verso il personale: l’approccio adottato da Community nei confronti del capitale umano si basa sui seguenti principi:

- Trattare le persone con rispetto, cortesia e dignità;
- Creare un ambiente che incoraggi una comunicazione aperta;
- Rispetto per la privacy di ogni individuo;
- Assicurare condizioni lavorative che non comportino sfruttamento, ovvero situazioni di grave pericolo;
- Contribuire al rispetto delle “diversità” impegnandosi ad offrire pari diritti di lavoro e pari opportunità di carriera;
- Non tollerare molestie sessuali o di qualsiasi altra natura;
- Utilizzare gli strumenti di comunicazione dell’azienda in maniera professionale ed etica;
- Investire nel mantenimento di un posto di lavoro salutare, sicuro e con i necessari requisiti ambientali.

### 6.3 CLIENTI

Il rapporto che Community instaura con i propri clienti è basato sui seguenti principi:

- Qualità dei servizi di consulenza prestati;
- Approccio strategico;
- Trasparenza e correttezza;
- Riservatezza;
- Collaborazione;
- Monitoraggio del grado di soddisfazione;
- Integrità, competenza, professionalità.

Ai clienti è richiesto di prendere atto dell'adozione del Codice da parte della Società e di impegnarsi al rispetto dei valori in esso rappresentati, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per il mantenimento del rapporto d'affari. Un'eventuale inosservanza dei principi previsti nel Codice da parte dei Clienti sarà valutata anche ai fini della tutela dei diritti ed interessi della Società.

#### 6.4 FORNITORI, CONSULENTI E PARTNER COMMERCIALI

Il rapporto con i fornitori, i consulenti, e i *partner* commerciali sono improntati sull'efficienza, la lealtà, la professionalità, la competenza.

Community si impegna a richiedere ai propri fornitori, i consulenti, ai partner commerciali il rispetto di principi comportamentali allineati ai propri, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per la nascita o la continuazione di un rapporto d'affari. I fornitori caratteristici, partner commerciali o collaboratori esterni sono informati dell'esistenza del Codice Etico e dei relativi impegni e, a tale fine, nei singoli contratti sono previste apposite clausole che ne richiedono o regolano il rispetto.

#### 6.5 AMMINISTRAZIONE PUBBLICA

I rapporti tra la Società e le Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche sono improntate ai principi di correttezza, trasparenza e collaborazione. Viene rifiutata qualsiasi tipologia di comportamento che possa ricondursi a una natura collusiva o idonea a pregiudicare i principi espressi nel presente Codice.

L'assunzione di impegni con le Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche è riservata ai soci, secondo le procure conferite, salvo procure speciali eventualmente conferite ad altre risorse interne.

Community ricusa ogni comportamento che possa essere interpretato come promessa o offerta di pagamenti, beni o altre utilità di vario genere al fine di promuovere e favorire i propri interessi e trarne vantaggio.

È impegno di Community evitare qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici o incaricati di pubblico servizio, di ogni tipo, italiani od esteri, o a loro familiari, anche attraverso interposta persona, tali da potere influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio a se stessa. Omaggi o regalie sono consentiti solo se di valore modesto e, comunque, se non possano essere in alcun modo interpretati come strumento per ricevere favori illegittimi, e sempre nel rispetto delle procedure interne a ciò preordinate.

Qualsiasi Destinatario che riceva direttamente o indirettamente proposte di benefici da pubblici funzionari, incaricati di pubblico servizio o dipendenti in genere delle Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche che configurino simile fattispecie, deve immediatamente riferire all'Organismo di Vigilanza

Quando è in corso una qualsiasi trattativa d'affari, richiesta o rapporto con la Pubblica Amministrazione, il personale incaricato non deve cercare di influenzare impropriamente le decisioni della controparte, comprese quelle dei funzionari che trattano o prendono decisioni, per conto delle Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche.

Nel caso specifico dell'effettuazione di una gara con Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche si dovrà operare nel rispetto della legge e della corretta pratica commerciale.

In caso di utilizzo di un consulente o un soggetto "terzo" che rappresenti la Società nei rapporti verso Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche, nei confronti del consulente e del suo personale o nei confronti del soggetto "terzo" sono applicate le stesse direttive valide anche per i dipendenti della Società.

Inoltre, la Società non dovrà farsi rappresentare, nei rapporti con Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche, da un consulente o da un soggetto "terzo" quando si possano creare conflitti d'interesse.

Nel corso di una trattativa d'affari, richiesta o rapporto commerciale con Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche non vanno intraprese (direttamente o indirettamente) le seguenti azioni:

- Esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare indebitamente dipendenti e funzionari delle Istituzioni e Amministrazioni Pubbliche a titolo personale;
- Sollecitare o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti;
- Negare, nascondere o ritardare alcuna informazione richiesta da tali autorità e dagli altri organi di regolazione nelle loro funzioni ispettive.

## 6.6 RAPPORTI CON I MEDIA

Coerentemente con i principi di trasparenza e completezza dell'informazione, la comunicazione di Community verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione. Nel rispetto del principio di salvaguardia della riservatezza delle informazioni, i Destinatari incaricati a intrattenere rapporti con la i media non devono divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi, sia riguardanti le attività aziendali che le relazioni con gli *stakeholder* in generale.

La comunicazione esterna, inclusa quella finalizzata alla diffusione del marchio e dell'immagine della Società, rispetta i principi etici del presente Codice.