



CODICE ETICO

Informazioni sul documento

Titolo: Procedura in materia di protezione dei dati - Italiacamp Srl
Codice doc: 08
Stato documento: Definitivo
Emesso da: HR & Corporate Governance Manager
Data emissione: 17/09/2018

Ciclo di approvazione

Emittente: *HR & Corporate Governance Manager* Firma

Verifica: *People & Corporate Relations Director* Firma

Verifica: *Amministratore Delegato* Firma

Indice

1.	Premessa	4
2.	Guida all'uso del codice	6
3.	Finalità e ambito di applicazione	7
3.1.	Valore contrattuale del Codice	8
4.	Principi di condotta nella gestione aziendale	8
4.1.	Riservatezza delle informazioni	8
4.2.	Registrazioni contabili	9
4.3.	Relazioni e comunicazioni esterne	9
4.4.	Astensione in caso di conflitti di interesse	9
4.5.	Regali e altre utilità	10
5.	Rapporti con i dipendenti e gli altri stakeholder	10
5.1.	Disposizioni particolari per i Dirigenti e i Responsabili delle unità organizzative	10
5.2.	Pari opportunità	10
5.3.	Disposizioni particolari per i fornitori	10
5.4.	Partecipazione ad associazioni e organizzazioni	11
5.5.	Rispetto delle procedure e dei regolamenti interni	11
5.6.	Selezione del personale	11
5.7.	Comportamento sul lavoro	11
5.8.	Molestie	11
5.9.	Violenza	12
5.10.	Utilizzo dei beni Aziendali	12
5.11.	Principi di condotta nei rapporti con i clienti pubblici e privati	12
5.12.	Principi di condotta nei rapporti con la clientela appartenente a PA	12
5.13.	Tutela di salute e sicurezza sul luogo di lavoro	13
6.	Attuazione e controllo del Codice etico	13
6.1.	Comunicazione e formazione	13
6.2.	Sistema sanzionatorio	13
6.3.	Segnalazione di violazione del Codice etico	14
7.	I valori di Italicamp	14

1. Premessa

Il Codice Etico di Italiacamp intende contribuire a rafforzare i valori chiave e guida che caratterizzano la cultura aziendale, nonché la condotta etica e il senso di responsabilità dell'organizzazione nel suo complesso.

L'affermazione dei valori chiave e dell'approccio etico di Italiacamp fondano le proprie radici sull'esperienza del progetto Italiacamp e nell' specifico sui principi ispiratori dell'attività dell'Associazione Italiacamp come riportati nell'art. 2 del suo Statuto sociale "Scopo":

"L'Associazione si pone l'obiettivo di estendere e rafforzare il senso di appartenenza alla società civile con la crescita di una nuova coscienza partecipativa e intergenerazionale dedita alla cura del bene comune, al raggiungimento dei fini di pubblica utilità e all'individuazione di nuove progettualità individuali e collettive" vale a dire "la creazione di una rete collaborativa di persone che [...] promuova la presenza attiva e responsabile dei cittadini nella vita dello Stato valorizzando, tra gli altri, il principio della "innovazione aperta" e cioè del processo di apertura e democratizzazione dell'innovazione, identificando le persone come fonte di saggezza, idee e soluzioni".

Tali valori sono da ritenersi fonte di ispirazione per la crescita del progetto Italiacamp, nel suo insieme, e per l'individuazione dei valori chiave su cui il presente Codice Etico si fonda.

L'impegno dell'organizzazione Italiacamp verso la diffusione dei suoi valori chiave e la sua condotta etica è centrale come è essenziale l'impegno personale di tutti i dipendenti affinché tali buoni propositi si traducano in azioni e risultati tangibili.

Italiacamp, come organizzazione, si adopera concretamente per diffondere e promuovere i propri valori chiave e la propria condotta etica allo stesso modo in cui è fondamentale l'impegno personale dei dipendenti per rendere cogenti e reali tali valori.

Agire nel rispetto dei valori chiave significa, anzitutto, sviluppare comportamenti idonei e mirati a tutelare il valore del brand Italiacamp e, in secondo luogo, generare un impatto tangibile, in termini di risultati aziendali, riscontrabile nelle relazioni con clienti, partner, e soggetti terzi.

Inoltre, arricchito dalle ispirazioni provenienti da principi di impatto economico e sociale tale impegno contribuisce a fare di Italiacamp un'azienda forte nel suo percorso di crescita e consolidamento per il Sistema Paese.

Valori chiave

Italiacamp ha la missione di promuovere lo sviluppo e la creazione di soluzioni innovative ad alto impatto sociale, economico e ambientale per il Paese.

Al fine di affermare la propria missione, Italiacamp istituisce il presente codice basato su principi e valori, ritenuti fondamentali, ai quali devono far riferimento i destinatari.



Valorizzazione e soddisfazione del personale e integrità della persona

Italiacamp tutela e promuove il valore del rispetto dell'integrità fisica, morale e culturale della persona.

Italiacamp ricerca la soddisfazione del personale attraverso il sostegno a tutte le iniziative atte a ottenere un ambiente di lavoro dinamico, ispirato dalla motivazione e dal coinvolgimento, privilegiando un approccio alla cooperazione più che alla competizione, favorendo l'acquisizione di nuove conoscenze, competenze e attitudini, in grado di misurare, riconoscere e gratificare il contributo di ogni singolo individuo.

Italiacamp garantisce un clima lavorativo basato su partecipazione, ascolto e delega attraverso il riconoscimento professionale di ogni singola persona impegnandosi a tal proposito nella cura dei luoghi e delle condizioni di lavoro per tutelare l'integrità fisica e psicologica delle persone.

Italiacamp garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri.

Comunità

Per crescere nel mercato e competere nel futuro, cooperazione e squadra sono - oggi più che mai - parole chiave. Nell'attuale ambiente di lavoro un dato fondamentale, ma mai abbastanza percepito, è che ciascuno di noi possiede solo una parte limitata delle competenze e conoscenze necessarie a fornire al business il proprio efficace contributo.

Fare squadra può essere un passaggio intermedio che comporta una selezione, fare gruppo invece significa tenere tutti insieme in una riconosciuta comunità di professionisti, che si assume la responsabilità di non dimenticarsi mai di nessuno, prendendosene cura. Italiacamp incarica, così, le proprie eccellenze a valorizzare, anche chi - per motivi contingenti allo sviluppo di uno specifico progetto o a un imprevedibile momento personale - è un passo indietro. L'eccellenza che riuscirà a esprimere Italiacamp non sarà mai individualista ma di comunità perché corrisponde a un agire secondo valori comuni.

È con questo spirito che Italiacamp si pone, anche all'esterno, come partner dei propri interlocutori: imprese, istituzioni e territori in Italia e all'estero come parte integrante di una comunità professionale estesa e diffusa su tutto il territorio (nazionale e internazionale) capace di compiere azioni e realizzare progetti di comune interesse pubblico.

Professionalità

Il patrimonio di conoscenze, competenze ed esperienze maturate in Italiacamp rappresenta un fattore distintivo nel promuovere le iniziative nei diversi ambiti in cui opera. Italiacamp investe nella continua crescita delle proprie persone sollecitando un atteggiamento proattivo verso una crescente consapevolezza della propria attitudine di "saper essere" oltre che di "sapere" - in termini di conoscenza - o ancora di "saper fare" - rispetto alle proprie competenze.

L'integrazione di tali dimensioni definisce il concetto di professionalità in Italiacamp.

Legalità

Nello svolgimento delle attività, si agisce nel rispetto della legislazione e di tutte le norme vigenti nei territori nei quali si opera, nonché del presente Codice etico e delle procedure aziendali, applicandole con rettitudine ed equità. In nessun caso è giustificata o tollerata dalla Società una condotta in violazione delle norme vigenti e/o del Codice etico. In particolare, la convinzione di agire a vantaggio della Società non consente o giustifica, in nessun caso e modo, comportamenti non conformi a principi, valori e norme alla base del presente Codice etico.

I destinatari non inizieranno o proseguiranno nessun rapporto con chi non intenda allinearsi a questo principio.

Nel caso di dubbi circa la corretta interpretazione di leggi e regolamenti, i destinatari dovranno assicurare una professionale trattazione degli stessi, richiedendo parere legale alle competenti strutture.

Lealtà

I rapporti con gli stakeholder di Italiacamp sono improntati a criteri di correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto.

I componenti degli organi statutari, i dipendenti e i collaboratori di Italiacamp svolgono la propria attività nell'interesse della stessa e non dovranno essere influenzati da qualsiasi tipo di pressione verso la realizzazione di interessi estranei alle loro missioni.

2. Guida all'uso del codice

Che cos'è il codice?

Il Codice è un documento, approvato dal Consiglio di Amministrazione di Italiacamp, che riassume i principi di condotta nelle attività di Italiacamp, nonché i rispettivi obblighi e responsabilità di amministratori, manager e altri dipendenti. Il Codice, pubblicato da Italiacamp, costituisce un elemento fondamentale del programma della Società per assicurare un'efficace prevenzione e rilevazione di violazioni di leggi e di disposizioni applicabili alla sua attività.

Chi sono i destinatari del codice?

Il Codice si applica a tutti i membri del Consiglio di Amministrazione, ai manager, ai dipendenti e ad altri soggetti o Società che agiscono in nome e per conto di Italiacamp. Italiacamp si adopera per far sì che il Codice sia considerato uno standard di eccellenza per la condotta negli affari da



parte di quei soggetti con i quali mantiene rapporti su base duratura, quali consulenti, esperti, agenti e fornitori.

Dove si applica il codice?

Il Codice si applica a tutti gli aspetti dell'attività di Italiacamp.

Dove è possibile reperire il codice?

Il Codice può essere consultato da tutti gli amministratori, i responsabili e gli altri dipendenti in luogo accessibile, con le modalità più appropriate e conformemente alle norme e consuetudini locali. Il Codice è consultabile sul sito internet di Italiacamp (www.italiacamp.com) e sul portale intranet da cui è liberamente scaricabile. Copie del Codice possono essere inoltre richieste all'Ufficio delle Risorse Umane.

Il codice può essere modificato?

Il Codice è soggetto a revisione da parte del Consiglio di Amministrazione di Italiacamp. L'attività di revisione tiene conto, tra l'altro, dei commenti e dei suggerimenti costruttivi ricevuti da amministratori, manager, altri dipendenti e terzi, delle evoluzioni normative e delle più affermate prassi internazionali, nonché dell'esperienza acquisita nell'applicazione del Codice stesso. Le eventuali modifiche al Codice introdotte a seguito di questa attività di revisione saranno pubblicate e rese disponibili.

3. Finalità e ambito di applicazione

Il presente Codice etico (di seguito anche Codice) è approvato dal Consiglio di Amministrazione di Italiacamp e regola il complesso dei diritti, doveri e responsabilità che Italiacamp assume espressamente nei confronti degli stakeholder¹, con i quali interagiscono nell'ambito dello svolgimento delle proprie attività.

L'insieme dei principi etici e dei valori espressi nel Codice dovrà ispirare l'attività di tutti coloro che si trovino in qualunque modo ad operare nell'interesse di Italiacamp, tenendo conto delle tipologie dei rapporti giuridici in essere e delle specifiche disposizioni legislative, regolamentari, statutarie e contrattuali a ciascuno di essi applicabili, dell'importanza dei ruoli, della complessità delle funzioni e delle responsabilità assunte o loro affidate per il perseguimento dei loro scopi.

In particolare, si considerano destinatari del presente Codice:

- i componenti degli organi statutari;
- i dipendenti;
- i collaboratori;
- i consulenti;
- i partner;
- i fornitori;
- le controparti delle attività di business.

Con l'adozione del presente Codice etico, Italiacamp intende:

- descrivere in maniera dettagliata, specifica e inequivocabile l'orientamento all'etica e l'adozione di principi d'azione come approccio indispensabile per l'affidabilità dei comportamenti di Italiacamp verso gli stakeholder e, più in generale, verso l'intero contesto civile ed economico in cui operano;
- migliorare il livello di trasparenza (accountability), informando i portatori d'interessi (stakeholder) sui comportamenti che i soggetti destinatari devono rispettare;
- ridurre l'abuso di discrezionalità o abuso di autorità;

¹ Per **stakeholder** si intendono tutti coloro che sono portatori di interessi nei confronti di Italia Camp, quali: gli azionisti, i componenti degli organi statutari, i Dipendenti, i Collaboratori, i clienti pubblici e privati, i Fornitori, i Consulenti, i Partner, gli attori del sistema bancario, lo Stato.

- favorire la correttezza, integrità, equità e professionalità dell'agire dei soggetti destinatari nei rapporti interni ad Italiacamp e nei rapporti da questi tenuti con soggetti esterni.

Per le ragioni che precedono è importante definire con chiarezza l'insieme dei valori che Italiacamp riconosce, accetta e condivide e l'insieme delle responsabilità che assume verso l'interno e verso l'esterno.

A tali esigenze risponde la predisposizione del presente Codice etico, che costituisce un codice di comportamento la cui osservanza da parte di tutti i destinatari è d'importanza fondamentale per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione di Italiacamp.

3.1. Valore contrattuale del Codice

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104 del Codice Civile².

I valori e i contenuti del presente Codice costituiscono specificazioni esemplificative degli obblighi di diligenza, lealtà, imparzialità che qualificano il corretto adempimento della prestazione lavorativa e i comportamenti.

La violazione delle norme del Codice potrà costituire inadempimento alle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, con ogni conseguenza prevista dalla legge e dal Contratto Collettivo applicabile, anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro e potrà comportare, altresì, il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

4. Principi di condotta nella gestione aziendale

Italiacamp garantisce ai propri soci:

- trattamento equo;
- trasparenza d'azione;
- ordinato accesso alle informazioni aziendali.

Ai destinatari viene richiesto di astenersi dal porre in essere o partecipare alla realizzazione di condotte tali che, considerate individualmente o collettivamente, possano integrare un comportamento rilevante di una qualsivoglia fattispecie di reato. I destinatari sono tenuti a osservare le regole di condotta nelle seguenti materie:

- registrazioni contabili;
- controlli interni;
- riservatezza nelle informazioni;

² Art. 2104 c.c. – Diligenza del prestatore di lavoro – “Il prestatore di lavoro deve usare la diligenza richiesta dalla natura della prestazione dovuta, dall'interesse dell'impresa [...]. Deve inoltre osservare le disposizioni per l'esecuzione e per la disciplina del lavoro impartite dall'imprenditore e dai collaboratori di questo dai quali gerarchicamente dipende”.

- conflitto d'interessi;
- regali e omaggi.

4.1. **Riservatezza delle informazioni**

Il dipendente e/o consulente e/o collaboratore mantiene riservate le notizie e le informazioni apprese nell'esercizio delle proprie funzioni e che non siano oggetto di trasparenza in conformità alla legge e ai regolamenti.

Il dipendente e/o consulente e/o collaboratore:

- osserva il dovere di riservatezza anche dopo la cessazione dal servizio;
- consulta i soli atti e fascicoli ai quali è autorizzato ad accedere e ne fa un uso conforme ai doveri ed alle procedure dell'ufficio, consentendone l'accesso a coloro che ne abbiano titolo e in conformità alle prescrizioni impartite nell'ufficio;
- previene l'eventuale dispersione di dati osservando le misure di sicurezza impartite, custodendo con ordine e cura gli atti affidati ed evitando di effettuarne inutili copie.

4.2. **Registrazioni contabili**

I destinatari operano affinché siano costantemente garantite verità, completezza e tempestività d'informazione, sia all'interno sia all'esterno di Italiacamp.

A tal fine, ogni operazione o transazione deve essere correttamente e tempestivamente rilevata e registrata nella contabilità aziendale secondo i criteri indicati dalla legge e sulla base dei principi contabili applicabili; ogni operazione o transazione deve essere autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

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

I dipendenti e i collaboratori - questi ultimi nella misura in cui siano a ciò deputati - che vengano a conoscenza di omissioni, falsificazioni o trascuratezze nelle registrazioni contabili o nelle documentazioni di supporto, sono tenuti a riferirne tempestivamente al proprio superiore.

4.3. **Relazioni e comunicazioni esterne**

Nella comunicazione verso l'esterno, i collaboratori Italiacamp, ove autorizzati, dovranno fornire dichiarazioni leali e rispettose dell'immagine della società.

Non sono ammesse dichiarazioni pubbliche lesive e/o offensive nei confronti di Italiacamp comunque tali da nuocere gli interessi o l'immagine della stessa.



4.4. **Astensione in caso di conflitti di interesse**

I destinatari del presente Codice, nell'assolvimento delle proprie funzioni, devono privilegiare gli interessi di Italiacamp rispetto a qualsiasi altro interesse personale o altrui.

In particolare i dipendenti sono tenuti a evitare conflitti di interesse tra le attività economiche personali e le mansioni che ricoprono all'interno della struttura di appartenenza.

Si astengono, inoltre, in ogni altro caso in cui esistano i presupposti per cui la loro capacità di assumere decisioni in maniera imparziale ed obiettiva possa essere compromessa dalla presenza di conflitti di interessi, anche solo apparenti.

Tutti i destinatari del presente Codice che siano a conoscenza di situazioni di conflitto di interessi sono tenuti a darne comunicazione all'Azienda.

4.5. **Regali e altre utilità**

Sono consentiti, nei limiti delle normali relazioni di cortesia, regali o altri benefici purché di modico valore e, comunque, tali da non influenzare l'autonomia di giudizio del destinatario.

5. **Rapporti con i dipendenti e gli altri stakeholder**

5.1. **Disposizioni particolari per i Dirigenti e i Responsabili delle unità organizzative**

I dirigenti e i responsabili di unità organizzativa di Italiacamp devono agire con integrità e imparzialità, evitare trattamenti di favore, valorizzare il merito e le competenze e garantire le pari opportunità di ogni individuo.

In particolare, i dirigenti e responsabili di unità organizzativa di Italiacamp sono tenuti a:

- rendere noti e far rispettare i regolamenti interni al personale di Italiacamp, incluso il presente Codice etico, nonché operare affinché i dipendenti comprendano che il rispetto delle norme del Codice costituisce parte essenziale della qualità della prestazione di lavoro;
- valorizzare le professionalità interne, favorire lo sviluppo di nuove competenze e sostenere la motivazione e il senso di appartenenza ad Italiacamp dei propri collaboratori, nonché favorire l'instaurarsi di rapporti cordiali e rispettosi tra i collaboratori, l'inclusione e la valorizzazione delle differenze di genere, età e di condizioni personali;
- impedire qualunque tipo di ritorsione nei confronti dei dipendenti che abbiano provveduto a segnalare violazioni del Codice.

5.2. **Pari opportunità**

Italiacamp si impegna a garantire pari opportunità nel lavoro e nell'avanzamento professionale a tutti i dipendenti. Il responsabile di ciascuna Business Unit deve garantire che per tutti gli aspetti del rapporto di lavoro, quali l'assunzione, la formazione, la retribuzione, le promozioni, i trasferimenti e la cessazione del rapporto stesso, i dipendenti siano trattati in modo conforme alle loro capacità di soddisfare i requisiti della mansione, evitando ogni forma di discriminazione e, in particolare, discriminazione per razza, genere, orientamento sessuale, posizione sociale e personale, condizione fisica e di salute, disabilità, età, nazionalità, religione o convinzioni personali.

5.3. **Disposizioni particolari per i fornitori**

I fornitori di Italiacamp devono agire con trasparenza, lealtà, serietà e spirito collaborativo nel rispetto del principio della libera concorrenza.

In particolare, i fornitori di Italiacamp sono tenuti a:

- sottoscrivere eventuali protocolli di legalità e patti di integrità che Italiacamp deciderà di adottare;
- rispettare le disposizioni di legge applicabili e le condizioni contrattualmente previste;
- assicurare il soddisfacimento delle esigenze in termini di qualità, costo e tempi di consegna dei beni o di prestazione dei servizi.

Italiacamp porta a conoscenza dei fornitori il contenuto del presente Codice etico.

5.4. **Partecipazione ad associazioni e organizzazioni**

Al fine di tutelare l'immagine e la reputazione di Italiacamp, dirigenti e dipendenti sono tenuti a chiarire, ove necessario e/o richiesto, che le eventuali opinioni politiche da loro espresse, sono strettamente personali e non rappresentano l'opinione e l'orientamento di Italiacamp.

Nel rispetto del diritto di associazione, i destinatari del presente Codice comunicano tempestivamente al responsabile dell'ufficio di appartenenza la propria adesione o appartenenza ad associazioni od organizzazioni i cui ambiti di interessi possano interferire con lo svolgimento dell'attività dell'ufficio. La presente disposizione non si applica per l'adesione a partiti o movimenti politici o a sindacati.

5.5. **Rispetto delle procedure e dei regolamenti interni**

I destinatari del Codice etico di Italiacamp sono tenuti al rispetto dei regolamenti e di tutte le procedure che disciplinano i processi in cui si esplica l'attività dell'Azienda.



Le disposizioni contenute nel presente Codice prevalgono su qualsiasi altra disposizione interna che sia in contrasto con esse.

5.6. Selezione del personale

La ricerca e selezione del personale è effettuata in base a criteri di pubblicità, trasparenza, imparzialità e pari opportunità.

5.7. **Comportamento sul lavoro**

Conformemente ai principi etici che informano le attività, si tutelano l'integrità fisica e morale dei dipendenti, garantendo agli stessi condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Nell'ambito del rapporto di lavoro, i rapporti tra i dipendenti, a tutti i livelli di responsabilità nell'organizzazione aziendale, saranno improntati a reciproca correttezza, rispetto ed educazione.

In armonia con la dignità dei dipendenti, i superiori impronteranno i rapporti con i dipendenti stessi alla massima correttezza e rispetto.

5.8. **Molestie**

Ogni dipendente ha diritto di lavorare in un ambiente libero da ogni tipo di discriminazione fondata sulla razza, religione, sesso, appartenenza etnica, sindacale o politica.

Spetterà in particolare ai dirigenti mostrare e promuovere con il loro equilibrato esempio un comportamento educato, corretto e responsabile nei confronti delle problematiche che attengono alla sfera sessuale.

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

5.9. **Violenza**

Non è tollerato che sul luogo di lavoro siano tenuti comportamenti violenti, minacciosi, di prevaricazione psicologica o lesivi dell'altrui sfera fisica e morale.

5.10. **Utilizzo dei beni aziendali**

I destinatari del presente Codice sono responsabili della salvaguardia dell'integrità e funzionalità dei beni – tangibili e immateriali – ad essi affidati.

La sicurezza, ovvero la protezione e conservazione di questi beni, costituisce un valore fondamentale per la salvaguardia degli interessi societari.

Ogni dipendente è personalmente responsabile del mantenimento di tale sicurezza, mediante il rispetto e la divulgazione delle direttive aziendali in merito e impedendo l'uso fraudolento o improprio del patrimonio aziendale.

I dirigenti, dipendenti e collaboratori a qualsiasi titolo di Italiacamp hanno il dovere di avvisare tempestivamente le strutture preposte di eventuali danni a qualunque bene aziendale.

Al termine del rapporto lavorativo tutti i beni di proprietà dell'Azienda dovranno essere restituiti, compresi documentazioni e supporti contenenti informazioni proprietarie di Italiacamp.

5.11. Principi di condotta nei rapporti con i clienti pubblici e privati

I rapporti con i clienti sono ispirati a principi di trasparenza, affidabilità, responsabilità, efficienza e qualità. I componenti degli organi statutari, i dipendenti e i collaboratori di Italiacamp, pertanto, devono:

- osservare scrupolosamente le disposizioni del presente Codice etico e le procedure interne relative alla gestione dei rapporti con i clienti, nonché tutte le disposizioni contrattuali definite secondo la normativa vigente;
- assicurarsi della qualità e affidabilità dei prodotti e dei servizi offerti.

Per gli specifici principi di condotta nei rapporti con la clientela costituita dalla Pubblica Amministrazione, si rinvia al successivo paragrafo.

5.12. Principi di condotta nei rapporti con la clientela appartenente a PA

I rapporti con la Pubblica Amministrazione sono improntati alla massima trasparenza e correttezza.

In particolare tali relazioni sono intrattenute nel rispetto dei ruoli e delle funzioni attribuite in base alla legge e con spirito di massima collaborazione.

Nel caso specifico dell'effettuazione di una gara indetta da una Pubblica Amministrazione si dovrà operare nel rispetto della legge e della corretta pratica commerciale.

In generale, nel corso di una trattativa d'affari, richiesta o rapporto commerciale con la Pubblica Amministrazione, i destinatari si impegnano a trasmettere informazioni puntuali, veritiere ed aggiornate.

Inoltre, i destinatari non intraprendono (direttamente o indirettamente) le seguenti azioni:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale;
- sollecitare o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti.

Atti di cortesia, come omaggi e forme di ospitalità, verso rappresentanti della Pubblica Amministrazione, sono consentiti purché di modico valore e tali da poter essere considerati usuali in relazione alla ricorrenza e comunque non compromettano l'integrità e la reputazione di Italiacamp e non influenzino l'autonomia di giudizio del destinatario.

In ogni caso, tutte le predette spese devono sempre essere autorizzate e documentate.

5.13. **Tutela di salute e sicurezza sul luogo di lavoro**

Italiacamp riconosce la salute e la sicurezza sul posto di lavoro come un diritto fondamentale dei dipendenti e un elemento chiave della propria sostenibilità.

6. **Attuazione e controllo del Codice etico**

L'efficacia del presente Codice etico sarà garantita attraverso il sistema di segnalazione e l'organizzazione di attività formative/informative rivolte ai suoi destinatari.

In caso di reclutamento di nuovo personale, per i neoassunti sarà previsto un apposito programma informativo iniziale.

I fornitori, i collaboratori e i consulenti esterni saranno tenuti a prendere visione del Codice etico e a impegnarsi al rispetto delle disposizioni in esso contenute.

6.1. **Comunicazione e formazione**

Italiacamp provvede a informare tutti i destinatari circa le disposizioni del presente Codice.

Deve essere garantita ai componenti degli organi statutari e ai dipendenti la possibilità di accedere e consultare, anche sui sistemi aziendali, la documentazione di interesse.

Ai nuovi componenti degli organi statutari ed ai nuovi dipendenti verrà consegnata, all'atto dell'assunzione dell'incarico o dell'impiego, copia del Codice etico e sarà fatta loro sottoscrivere dichiarazione di conoscenza e di osservanza dei contenuti ivi descritti.

Ai collaboratori, consulenti, partner, fornitori e alle controparti delle attività di business è garantita la possibilità di accedere e consultare sul sito Internet di Italiacamp il Codice etico.

Italiacamp valuterà l'opportunità di comunicare i contenuti a soggetti terzi non riconducibili alle figure sopra indicate a titolo esemplificativo e, più in generale, al mercato.

6.2. **Sistema sanzionatorio**

La violazione delle previsioni del presente Codice costituisce inadempimento contrattuale e, nel caso di dipendenti, anche violazione disciplinare, con conseguente applicazione di sanzioni, nel rispetto della legge e delle previsioni di cui al CCNL applicabile, nonché risarcimento dei danni eventualmente derivanti a Italiacamp da tali comportamenti³.

³ 7 Art. 2106 c.c. – Sanzioni disciplinari – “L'inosservanza delle disposizioni contenute negli artt. 2104 e 2105 c.c. può dar luogo all'applicazione di sanzioni disciplinari, secondo la gravità dell'infrazione e in conformità delle norme corporative (di contratto collettivo).”

L'inosservanza da parte dei dipendenti della società delle disposizioni contenute nel presente Codice, può dar luogo all'applicazione di provvedimenti disciplinari secondo quanto disposto sia dalla legge che dalla sezione disciplinare prevista nel contratto collettivo nazionale del lavoro applicato, il cui testo è a disposizione nelle bacheche aziendali oltre che dal sistema disciplinare implementato ai sensi del D.Lgs. n. 231/ 2001.

6.3. **Segnalazione di violazione del Codice etico**

Fermi gli obblighi di comunicazione posti in capo ai destinatari, tutti coloro i quali osservino o siano vittime di comportamenti non in linea con quanto previsto nel Codice etico, possono informare per iscritto il Comitato etico ex D.Lgs. n. 231/2001 presente presso Italiacamp, che provvede ad un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione.

Le segnalazioni possono essere inviate con le seguenti modalità:

- e-mail: codiceetico@italiacamp.it

7. **I valori di Italiacamp**

Passione

Impegno per far accadere le cose con entusiasmo, partecipazione e coinvolgimento.

- Livello finale: investimento di energia, tempo ed entusiasmo su azioni ispirate a valori condivisi dal gruppo.
- Livello strumentale: partecipazione viva, forte e positiva con la finalità di raggiungere un obiettivo superando gli ostacoli.
- Livello personale: credere e impegnarsi nel progetto Italiacamp con tutte le proprie risorse.

Audacia

Agire tempestivamente con consapevolezza per tradurre il rischio in opportunità collettiva.

- Livello finale: tradurre il rischio di opportunità collettiva.
- Livello strumentale: partendo dal risk assesment, costruire una rete di civic e stakeholder engagement.
- Livello personale: considerando le inerzie e i rischi, agire tempestivamente con consapevolezza.

Ambizione

Tensione creativa verso un orizzonte.

- Livello finale: trasmettere una visione chiara e credibile attraverso un percorso inclusivo.
- Livello strumentale: consapevolezza dei mezzi e della necessità di valorizzarli attraverso processi, metodi e strumenti condivisi.
- Livello personale: orientare l'interesse verso il perseguimento dell'orizzonte condiviso.

Imprenditorialità

Autodeterminazione, libertà di scelta e di decisione per compiere un'impresa.

- Livello finale: offrire risultati concreti e riconoscibili attraverso strategie e soluzioni innovative, nuove e diverse.
- Livello strumentale: ricercare metodi e strumenti per agire in maniera organizzata; autodeterminarsi per scegliere liberamente strategie e obiettivi.
- Livello personale:
 - a) prendere decisioni;
 - b) capacità di visione;
 - c) libertà;
 - d) entusiasmo;
 - e) riflettere su errori.

Novità

Attitudine all'individuazione di soluzioni di rottura originali e costruttive.

- Livello finale: rottura costruttiva.
- Livello strumentale:
 - a) capacità di analisi e visione;
 - b) pensiero divergente.
- Livello personale:
 - a) sfida;
 - b) coraggio;
 - c) creatività;
 - d) visione.





Italiacamp

italiacamp.com

