

# **CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE**

## Indice

Premessa.....	4
1. Parte prima – I Principi Etici.....	4
1.1 Il Codice Etico e Comportamentale di Italiacamp.....	4
1.2 Il principio di reciprocità.....	5
1.3 I 5 principi etici in Italiacamp. Il pensiero sostenibile.....	5
2. Parte seconda – Le regole di condotta per i destinatari del codice.....	6
2.1. I rapporti con le Risorse Umane.....	6
2.2. I rapporti con i Clienti.....	7
2.3. I rapporti con i Fornitori.....	8
2.4. I rapporti con la Pubblica Amministrazione e le AA.PP.VV. ....	9
2.5. Finanziamenti pubblici.....	10
2.6. Soci e Comunità Finanziaria .....	10
2.7. Trasparenza contabile.....	11
2.8. Conflitti di interesse .....	11
2.9. L’Organismo di Vigilanza per l’attuazione, aggiornamento e rispetto del Codice Etico e Comportamentale.....	11
2.10. Trattamento dei dati e delle informazioni.....	12
2.11. Sanzioni.....	13

## **Premessa**

Nelle Linee Guida di ANAC in materia di Codici di comportamento delle amministrazioni pubbliche si trova espressa la distinzione tra Codici Etici e Codici di comportamento.

I Codici Etici si distinguono dai Codici di comportamento, in quanto hanno una dimensione “valoriale” e non disciplinare e sono adottati al fine di fissare doveri, spesso ulteriori e diversi rispetto a quelli definiti nei Codici di comportamento, rimessi alla autonoma iniziativa di gruppi, categorie o associazioni di pubblici funzionari.

Con i primi, dunque, vengono individuate anche sanzioni etico-morali che vengono irrogate al di fuori di un procedimento di tipo disciplinare, in quanto fondate essenzialmente sulla riprovazione che i componenti del gruppo esprimono in caso di violazione delle regole autonomamente fissate.

Con i Codici di comportamento, invece, si fissano doveri di comportamento che hanno una rilevanza giuridica che prescinde dalla personale adesione, di tipo morale, ovvero dalla personale convinzione sulla bontà del dovere.

Il “Codice Etico e Comportamentale” (di seguito anche solo “il Codice”) di un’azienda è il documento fondamentale per il bene comune, dal momento che riguarda il comportamento di coloro che operano in un contesto organizzato.

Esprime, dunque, quei modelli di comportamento che, interiorizzati da ciascun individuo in funzione della sua integrazione sociale, costituiscono e determinano la disposizione, il carattere, il temperamento culturale che caratterizza una organizzazione complessa.

L’intento del Codice è quello di chiarire e definire l’insieme dei principi a cui sono chiamati a uniformarsi i suoi Destinatari nei loro rapporti reciproci nonché nel relazionarsi con portatori di interessi specifici nei confronti della Società.

## **1. Parte prima – I Principi Etici**

### **1.1 Il Codice Etico e Comportamentale di Italiacamp**

Il Codice Etico e Comportamentale di Italiacamp s’ispira a quanto espresso in materia nelle Linee Guida di Confindustria e si rivolge a un insieme di “Destinatari”:

- Organi Sociali e loro Componenti
- Dipendenti
- Prestatori di lavoro anche temporaneo e/o volontario
- Collaboratori a qualunque titolo
- Procuratori e a qualsiasi soggetto che operi in nome e per conto di Italiacamp srl
- Fornitori
- Clienti
- Consulenti
- Terzi in genere (P.A., AA. PP.VV., Comunità finanziaria, portatori di interesse ecc.).

È cura di Italiacamp srl diffondere tra i Destinatari, con adeguati mezzi di comunicazione, l'adeguata conoscenza del Codice e delle procedure aziendali.

Il Codice è soggetto a revisioni e aggiornamenti, sulla base delle evoluzioni normative e delle esperienze applicative maturate.

## 1.2 Il principio di reciprocità

Il presente Codice pone in evidenza il cd. principio di reciprocità: tutti coloro i quali operino in nome e/o per conto di Italiacamp srl e/o che intrattengano rapporti contrattuali e di business con Italiacamp devono rispettare le procedure aziendali e le disposizioni legislative, amministrative e regolamentari, interne ed esterne, applicabili e vigenti nella Società.

Tutti i Destinatari del presente Codice, pertanto, sono chiamati al rispetto dei valori e delle regole di condotta qui contenute e a tutelare, attraverso i propri comportamenti, la rispettabilità e l'immagine della Società e a preservare l'integrità del patrimonio economico e umano dell'Azienda. A tal fine, il presente Codice Etico e Comportamentale di Italiacamp srl trova applicazione nei rapporti con e tra:

- gli Organi Societari di Italiacamp srl e delle Società dalla stessa controllate/partecipate in Italia e all'Estero;
- le Risorse umane: personale manageriale, dirigenziale, a contratto, non dirigenziale;
- i Clienti;
- i Fornitori;
- la P.A. e le AA.PP.VV.;
- la Comunità finanziaria;
- i Consulenti e i professionisti;
- le Parti interessate.

## 1.3 I 5 principi etici in Italiacamp. Il pensiero sostenibile

Italiacamp srl si identifica e ispira l'intera attività aziendale sui seguenti 5 principi etici:

- Eguaglianza
- Imparzialità
- Continuità di azione
- Partecipazione dei Destinatari
- Efficacia ed Efficienza

Italiacamp si identifica e ispira l'intera attività aziendale sui seguenti 5 valori:

- **Passione:** impegno per far accadere le cose con entusiasmo, partecipazione e coinvolgimento
- **Audacia:** agire tempestivamente con consapevolezza per tradurre il rischio in opportunità collettiva

- Ambizione: tensione creativa verso un orizzonte
- Imprenditorialità: autodeterminazione, libertà di scelta e di decisione per compiere un'impresa
- Novità: attitudine all'individuazione di soluzioni di rottura originali e costruttive

In Italiacamp la necessità di un Business Model sostenibile è ottenuta attraverso l'attenzione verso questi asset:

- comprensione della sostenibilità;
- impegno per i valori;
- strategia per gli obiettivi;
- coinvolgimento delle parti interessate;
- iniziative con dati reali;
- trasparenza nella comunicazione (rendere conto);
- business etico;
- entusiasmo, rispetto e dignità.

I comportamenti di Italiacamp srl, sia interni che esterni alla organizzazione, sono improntati ai principi di responsabilità aziendale, nelle sue quattro distinte declinazioni:

- economica;
- ambientale;
- sociale;
- di legalità, correttezza e lealtà.

## **2. Parte seconda – Le regole di condotta per i destinatari del codice**

### **2.1. I rapporti con le Risorse Umane**

Italiacamp srl attribuisce la massima importanza a quanti prestino la propria attività lavorativa all'interno della compagine sociale, contribuendo direttamente allo sviluppo dell'azienda.

Interesse inderogabile della Società è favorire lo sviluppo e la crescita professionale del potenziale di ciascuna risorsa attraverso, tra gli altri:

- il rispetto, anche in sede di recruiting, della personalità e della dignità di ciascun individuo;
- evitando ogni condizione di disagio;
- la prevenzione di abusi e discriminazioni;
- la formazione e l'aggiornamento delle risorse in base alla posizione;
- la chiarezza, la precisione e la veridicità della comunicazione interna sulle politiche e le strategie aziendali in detto ambito;
- l'uso corretto e riservato dei dati personali.

Gli Organi Societari, ciascun Dipendente e tutti i Destinatari sono chiamati al rispetto dei precetti sopra elencati e a collaborare per la realizzazione di un ambiente di lavoro che risponda pienamente ai principi etici e alle regole di condotta contenuti nel presente Codice.

Il rispetto della parità di genere in Italiacamp è conforme ai requisiti della norma di sistema di gestione UNI PdR 125:2022 Sistema di Gestione per la Parità di Genere. Il contesto lavorativo, pertanto, anche sotto questo profilo, risponde a queste finalità:

- progettazione e sviluppo di percorsi di education;
- formazione nell'area dell'innovation, management e diversity & inclusion;
- valutazione, reportistica e management dell'impatto sociale per progetti o organizzazioni pubbliche e private;
- progettazione e realizzazione di hub di innovazione sociale sul territorio;
- attività di supporto di scouting di innovazione per aziende, startup e istituzioni.

## **2.2. I rapporti con i Clienti**

Italiacamp persegue l'obiettivo di soddisfare i propri Clienti fornendo loro servizi competitivi e di qualità a condizioni e prezzi congrui, nel pieno rispetto delle norme e dei regolamenti applicabili nel mercato in cui opera. In dettaglio, gli elevati standard di prestazioni sono assicurati anche attraverso il monitoraggio della qualità attraverso:

- investimenti nella qualità del servizio;
- cura della propria immagine;
- tutela del consumatore, sia in termini di informativa relativa ai servizi sia in relazione alle forme di pubblicità degli stessi;
- cortesia, attenzione, correttezza e chiarezza in ogni forma di comunicazione con il contesto esterno (indirizzi di posta elettronica, campagne social, sito internet, ecc.).

In forza del principio di reciprocità, i Clienti che intrattengano rapporti con Italiacamp srl sono tenuti ad assicurare a Italiacamp srl:

- un comportamento abituale corretto e rispettoso;
- una comunicazione adeguata e trasparente;
- il rispetto delle regole contrattualmente stabilite;
- la tutela dell'immagine di Italiacamp srl;
- il contenimento di richieste di cambiamento del progetto e/o di interventi urgenti;
- il mantenimento di un atteggiamento trasparente, positivo, collaborativo e proattivo;

### 2.3. I rapporti con i Fornitori

La Società regola e impronta le relazioni con i fornitori ai principi comuni dell'azienda, che sono oggetto di costante monitoraggio. Tali relazioni comprendono anche i contratti finanziari e di consulenza.

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza evitando, ove possibile, forme di dipendenza.

Nelle sue politiche di acquisto, la Società ha l'obiettivo di approvvigionarsi di prodotti, materiali, opere e servizi alle condizioni più vantaggiose in termini di rapporto qualità/prezzo.

Periodicamente Italiacamp srl aggiorna e monitora il proprio Albo Fornitori (ivi compresi professionisti e consulenti) allo scopo di razionalizzarlo e aumentarne economicità ed efficienza. Di seguito le norme comportamentali previste e applicabili in questo ambito:

a) Italiacamp srl:

- pone in essere relazioni con fornitori che assicurino modalità operative compatibili con il rispetto sia dei diritti dell'uomo e dei lavoratori che dell'ambiente;
- si impegna ad adottare la *green procurement*, ossia l'insieme di Linee Guida e strategie per una gestione sostenibile degli acquisti aziendali (ai sensi della ISO 20400 o alternativamente mediante l'ottenimento della certificazione ISO 28001);
- garantisce a ogni potenziale fornitore, in possesso dei necessari requisiti, la possibilità di competere per offrire i propri prodotti/servizi;
- formalizza e documenta le motivazioni della scelta e le considerazioni sul prezzo applicato, secondo quanto stabilito dalle procedure aziendali.

b) Il personale, i consulenti, i professionisti e i collaboratori in genere della Società, addetti a tali processi:

- non devono accettare alcun regalo o altra utilità che possa creare imbarazzo, condizionare le loro scelte o far sorgere il dubbio che la loro condotta non sia trasparente o imparziale. Sono ammesse liberalità di modico valore nell'ambito degli usi e nel rispetto delle disposizioni aziendali;
- non devono precludere ad alcuno in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili;
- devono assicurare a ogni gara una concorrenza sufficiente nel rispetto dei seguenti criteri di riferimento:
  - disponibilità di mezzi, anche finanziari, strutture organizzative, capacità e risorse progettuali, *know-how*, etc;
  - esistenza e l'effettiva attuazione, di sistemi di qualità aziendali adeguati;
  - ottenimento da parte del fornitore di una quota significativa di valore aggiunto nel caso in cui la fornitura comprenda *know-how* o diritti di terzi.

c) I Fornitori, a titolo esemplificativo:

- non devono utilizzare lavoro infantile o minorile;
- non devono attuare comportamenti discriminatori, adottando abusi o coercizioni a danno dei lavoratori;
- non devono richiedere o accettare pagamenti con finalità corruttive;
- non devono indurre o permettere ad altre parti di richiedere o ricevere pagamenti con tale natura per proprio tornaconto;
- non devono indurre a violare qualsiasi legge in materia di corruzione e concussione, per quanto applicabile, quando lavora per conto proprio o con le altre parti;
- non devono agevolare o favorire terzi in attività di riciclaggio di denaro, finanziamento del terrorismo o altre attività di criminalità finanziaria;
- non devono offrire, accettare o sollecitare alcun regalo, che possa influenzare impropriamente le decisioni o compromettere la correttezza del processo di scelta in relazione all'effettivo business;
- non devono violare gli obblighi relativi alla prevenzione di conflitti di interesse, influenze o prevaricazioni inappropriate. In queste ipotesi, devono prontamente segnalare a Italiacamp srl eventuali violazioni qualora le stesse coinvolgano anche il personale di Italiacamp srl;
- devono garantire la protezione, la raccolta e la corretta gestione delle informazioni riservate e personali e, a tal fine, devono dotarsi di policy/procedure che sovrintendano detto processo;
- devono rispettare la normativa ambientale, adottando altresì politiche aziendali di contenimento dei consumi di materie prime, di riduzione dei rifiuti e delle emissioni nocive e in generale di limitazione dell'impatto ambientale delle produzioni.

Le violazioni dei principi generali del Codice comportano l'applicazione di meccanismi sanzionatori, tesi, tra l'altro, a evitare la commissione di reati contro la Pubblica Amministrazione riconducibili all'attività di Italiacamp srl.

## **2.4. I rapporti con la Pubblica Amministrazione e le AA.PP.VV.**

Nel pieno rispetto dei ruoli e delle rispettive funzioni, nonché con spirito di cooperazione, Italiacamp srl intrattiene relazioni e rapporti con:

- Amministrazioni dello Stato;
- Autorità Garanti Pubbliche e di Vigilanza;
- Enti Pubblici, enti e amministrazioni locali, organizzazioni di diritto pubblico, concessionari di lavori/servizi/forniture pubblici e/o soggetti privati ai quali si applica la disciplina pubblicistica,
- Università ed Enti di ricerca.

In modo particolare, i rapporti con le Autorità Garanti e di Vigilanza, data la specifica rilevanza delle stesse per l'attività di Italiacamp srl e per l'attività gestita e per il mercato in cui opera, devono essere improntati a:

- Chiarezza;
- trasparenza e professionalità;

- riconoscimento dei rispettivi ruoli e strutture organizzative, anche ai fini di un positivo confronto volto al rispetto sostanziale della regolamentazione applicabile.

Italiacamp srl proibisce di offrire, direttamente o attraverso intermediari, somme di denaro o altre utilità a pubblici ufficiali o a incaricati di un pubblico servizio al fine di influenzarli nell'espletamento dei loro doveri: sia affinché agiscano in un dato modo, sia affinché omettano di compiere determinati atti della loro funzione o del loro incarico.

A tal proposito, Italiacamp srl attua le opportune cautele e le misure idonee a prevenire simili comportamenti da parte di chi agisce in nome e/o per conto di Italiacamp srl e che possano configurarsi come corruzione di pubblico ufficiale o di incaricato di pubblico servizio.

Non sono, inoltre, consentiti omaggi o atti di cortesia e di ospitalità verso rappresentanti del Governo, pubblici ufficiali e pubblici dipendenti, salvo non siano di modico o scarsissimo valore e comunque tali da non compromettere l'integrità e la reputazione di una delle parti né da potere essere interpretati come atti ad acquisire vantaggi illeciti o indebiti e/o in modo improprio. Contributi e finanziamenti, a fini sia politici che assistenziali, devono rientrare nei limiti consentiti dalla legge ed essere previamente autorizzati dal Consiglio di Amministrazione o dalle funzioni aziendali da questo delegate *ad hoc*.

## 2.5. Finanziamenti pubblici

Nell'ipotesi di partecipazione a bandi di gara per l'ottenimento di finanziamenti agevolati erogati da soggetti pubblici nazionali e/o comunitari, in Italiacamp è fatto divieto di realizzare qualsiasi artificio o raggirò per ottenere, ingiustamente, tali finanziamenti, sovvenzioni o provvidenze a carico della P.A. ovvero distrarne l'utilizzo vincolato. A tal fine, è vigente un'apposita procedura interna in linea con il relativo Protocollo Comportamentale di cui alle previsioni del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D.lgs. 231/2001 adottato dalla Società.

## 2.6. Soci e Comunità Finanziaria

Italiacamp srl mette a disposizione dei Soci e della Comunità Finanziaria informazioni adeguate, mediante un flusso di comunicazioni tempestivo, attraverso una pluralità di canali, il proprio sito internet nonché, laddove necessario, attraverso comunicati stampa, conferenze e incontri con consulenti ed esperti. Tutti gli *stakeholders* di Italiacamp srl possono segnalare, per iscritto e in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice all'OdV di Italiacamp srl che provvede a un'analisi della segnalazione, ascoltandone eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione.

## 2.7. Trasparenza contabile

Le registrazioni contabili devono effettuarsi in modo trasparente nel rispetto della verità, dell'accuratezza e della completezza dell'informazione. Ciascuna registrazione deve corrispondere esattamente al contenuto della documentazione di supporto e/o giustificativa dell'operazione, in modo tale che sia possibile:

- individuare facilmente i diversi livelli di responsabilità;
- ridurre la probabilità di errori materiali o interpretativi, anche attraverso la ricostruzione accurata dell'operazione.

È fatto obbligo di conservare, con diligenza, la documentazione di supporto di ogni operazione contabile, in modo che sia facilmente rintracciabile secondo criteri logici.

I Destinatari devono astenersi dall'omettere, falsificare, contraffare la predetta documentazione e sono, altresì, tenuti a segnalare al proprio dirigente responsabile e all'OdV eventuali omissioni o falsificazioni e alterazioni in genere di cui venissero a conoscenza.

## 2.8. Conflitti di interesse

I Destinatari del presente Codice, nell'assolvimento delle proprie funzioni, devono privilegiare gli interessi di Italiacamp srl 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 a 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.

## 2.9. L'Organismo di Vigilanza per l'attuazione, aggiornamento e rispetto del Codice Etico e Comportamentale

L'OdV svolge un ruolo centrale per l'attuazione e il controllo del rispetto delle previsioni contenute nel Codice Etico e Comportamentale ed è chiamato a:

- esprimere pareri in merito alla revisione delle politiche e delle procedure più rilevanti, al fine di garantire la coerenza con il Codice;
- formulare proposte di revisione del Codice ed esprimere pareri sulle proposte di modifica presentate da altri organi o strutture aziendali;
- valutare i piani di comunicazione e di formazione etica;

- esaminare, su segnalazione della struttura di audit o di altri organi aziendali, le violazioni del Codice Etico e Comportamentale;
- valutare, per gli aspetti a rilevanza 231, il piano di lavoro predisposto dal responsabile della struttura di audit;
- assicurare una continuità di azione in materia di verifica delle aree a rischio di reato;
- predisporre un piano annuale di attività da sottoporre al CdA;
- inoltrare ai Soci, al CdA e alle strutture aziendali impegnate nel Sistema di Controllo Interno un report almeno annuale con il quale si dia notizia delle attività svolte.

In materia di attuazione delle disposizioni del Codice, competono all'OdV i seguenti compiti:

- prendere decisioni in materia di violazioni del Codice di significativa rilevanza segnalate dalla funzione Audit e dall'OdV di Italiacamp srl;
- esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure, al fine di garantire la coerenza con il Codice;
- provvedere alla revisione periodica del Codice.

A tal fine, valuta i piani di comunicazione e formazione etica.

## **2.10. Trattamento dei dati e delle informazioni**

Fermo restando il rispetto della normativa specifica in materia di tutela e trattamento dei dati personali, i Destinatari sono tenuti a riservare ai dati personali, di cui vengano a conoscenza, il trattamento più adeguato a tutelare le legittime aspettative degli interessati riguardo alla loro riservatezza, dignità e immagine.

Lo svolgimento delle attività di Italiacamp srl comporta l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la circolazione all'interno e all'esterno di documenti, studi, dati e informazioni scritte, telematiche e/o verbali riguardanti il know-how e le attività di Italiacamp srl.

Queste informazioni, acquisite o elaborate dai Destinatari nell'esercizio delle proprie incombenze o mansioni, appartengono a Italiacamp srl e possono essere utilizzate, comunicate o divulgate unicamente nel pieno rispetto, per quanto concerne i dipendenti, degli obblighi di diligenza e fedeltà che derivano dalle norme e dai contratti di lavoro, nonché in conformità alle procedure applicabili, con riferimento particolare alle Regole di comportamento dei dipendenti che operano in settori di particolare delicatezza.

La gestione delle informazioni cosiddette price-sensitive (ossia le informazioni e i documenti non di pubblico dominio idonei, se resi pubblici, a influenzare sensibilmente il prezzo degli strumenti finanziari emessi o ad avere impatto sulle attività di Italiacamp srl) e business-sensitive (ossia le informazioni e i documenti riguardanti i prodotti, i marchi, i fornitori, i progetti di sviluppo e l'organizzazione di Italiacamp srl) è effettuata secondo le procedure applicabili.

## 2.11. Sanzioni

L'inosservanza alle norme del presente Codice Etico e Comportamentale da parte dei Destinatari comporta sanzioni diverse a seconda del ruolo del Destinatario interessato, oltre al risarcimento dei danni eventualmente derivati da tale inosservanza.

L'osservanza del Codice da parte dei Dipendenti ai doveri generali di lealtà, di correttezza e di esecuzione del contratto di lavoro secondo buona fede è richiesta anche in base e per gli effetti di cui all'art. 2104 del Codice Civile.

Le violazioni alle norme del Codice da parte di componenti degli Organi Societari possono comportare l'adozione, da parte degli altri Organi Societari competenti, delle misure più idonee previste o consentite dalla legge.

Per le violazioni del Codice vengono adottati i provvedimenti sanzionatori previsti nei rispettivi incarichi e/o nei contratti collettivi applicabili, commisurati alla gravità della violazione e alle relative circostanze oggettive e soggettive.

Le violazioni commesse da consulenti, infine, saranno sanzionabili in conformità a quanto previsto nei relativi incarichi e contratti.

A integrazione, la violazione delle disposizioni del presente Codice Etico e Comportamentale potrà essere sanzionata mutuando anche il Sistema Sanzionatorio contenuto nella Parte Generale del Modello 231 di Italiacamp srl, cui si rinvia.



**Italiacamp**

[italiacamp.com](http://italiacamp.com)

