



## **CODICE ETICO**

**Approvato dal Consiglio di Amministrazione  
di  
AIDA PARTNERS S.R.L.**

## 1. Introduzione

Il presente Codice Etico rappresenta una dichiarazione pubblica di **Aida Partners S.r.l.** (di seguito anche Azienda e/o Società) nella quale sono individuati i principi generali e le regole comportamentali alle quali viene riconosciuto valore etico positivo.

Rappresenta l'enunciazione dei valori aziendali, nonché dei diritti, dei doveri e delle responsabilità dell'azienda rispetto a tutti i soggetti con cui entra in relazione per il conseguimento del proprio oggetto sociale.

Fissa, inoltre, standard di riferimento e norme di condotta che devono orientare i comportamenti e le attività di coloro che operano nell'ambito dell'Azienda, siano essi Amministratori, dipendenti e dei propri collaboratori esterni.

La Società svolge la sua attività in ambienti altamente competitivi, sia regolati da numerose leggi – il cui rispetto è un dovere fondamentale – sia poveri di istituzioni e di regole: è in questi ambiti che si colloca il richiamo all'etica, intesa come mezzo per orientare la condotta di tutti coloro che prestano la loro opera per la Società, attraverso il riferimento a principi etici generali, oltre e al di là delle prescrizioni di legge.

Convincimento dell'Azienda è che l'etica nella conduzione degli affari sia anche condizione necessaria per il successo dell'impresa.

Il Codice Etico si inserisce anche nel quadro dell'attuazione delle previsioni del D. Lgs. 231/2001. L'Azienda si impegna a portare il Codice Etico a conoscenza di tutti i destinatari sia interni che esterni alla Società attivando gli opportuni canali di comunicazione, impegnandosi, altresì, affinché i contenuti del Codice Etico trovino nelle attività aziendali completa e fattiva applicazione.

## 2. Ambito di applicazione

Il Codice Etico è vincolante, senza alcuna eccezione, per tutti gli esponenti aziendali (Amministratori e personale dipendente), e per tutti i collaboratori esterni (consulenti, revisori, ecc.), che costituiscono, quindi, i destinatari del presente Codice Etico.

Una condotta in linea con i principi contenuti nel Codice Etico viene richiesta anche ai fornitori, ai partner d'affari, nonché a tutti coloro che, direttamente o indirettamente, intrattengono rapporti di qualsiasi genere con la Società.

## 3. Mission e Vision aziendale

**Comunicare, innovare, crescere e competere** - questa è la *missione* e la *visione* della Società nel valore assoluto della **qualità** -, per interpretare e gestire la complessità della domanda di consulenza richiesta di oggi e di domani, affermando la reputazione e costruendo relazioni per accelerarne lo sviluppo, condividendo visioni e modellando strategie atte a generare valore per tutti i propri Clienti.

L'Azienda intende soddisfare le esigenze e le aspettative della Clientela attraverso l'individuazione delle migliori soluzioni consulenziali con particolare riguardo al rispetto dei livelli di servizio richiesti, alla cura della salute e sicurezza del personale impiegato, alla professionalità sottesa ai servizi erogati, alla tutela dell'ambiente, al contenimento dei consumi e dei costi sostenuti. Tali obiettivi vengono perseguiti tramite un'offerta di soluzioni integrate, complete e modulari. Costantemente impegnata nella valorizzazione delle competenze delle risorse umane e nell'adozione di nuove tecnologie, l'Azienda, attraverso una costante focalizzazione sul Cliente, assicura la migliore soddisfazione delle richieste, in termini di qualità, tempestività e sicurezza.

Per il raggiungimento degli obiettivi sopra indicati la Società ha in essere un costante ed efficace processo di sviluppo in accordo alle regole stabilite e concordate con tutta l'organizzazione, trasferiti all'interno della documentazione e delle procedure, che si pongono come riferimento per tutto il personale nello svolgimento delle quotidiane attività.

#### **4. Un centro di eccellenza nel servizio al Cliente e nelle soluzioni offerte**

##### ***Creazione di valore per il Cliente***

Le soluzioni fornite devono essere percepite dai Clienti come driver di creazione di valore, il più possibile misurabile.

##### ***Qualità nel servizio al Cliente***

Il livello di qualità delle soluzioni fornite, combinata ad efficienza e pragmatismo, deve essere allineato a quello dei migliori concorrenti sul mercato.

##### ***Sinergia tra le linee di business***

Le diverse linee di business e le competenze distintive vanno poste al servizio del Cliente attraverso un modello di business che ottimizzi le possibili sinergie, con un'offerta che sia garanzia di risultato per le esigenze del Cliente. Il principio di sinergia risulta ancora più importante in questo momento nel quale l'azienda deve interagire con altre Società nell'ottica dell'efficienza e dello sviluppo di competenze specifiche e trasversali, distintive sul mercato, ancorché composta da diverse strutture anche amministrativamente separate.

##### ***Immagine e leadership di pensiero***

Nei confronti degli ambiti istituzionali e dei mercati in cui l'azienda opera di cui a titolo esemplificativo ma non esaustivo (Banche, Pubblica Amministrazione, Mercati finanziari, Stakeholders) è necessario diffondere l'immagine di una Società leader nei servizi offerti, evidenziando risultati significativi ottenuti presso i Clienti, attraverso i quali costituire un riferimento riconosciuto.

##### ***Competenze solide e capacità individuali eccellenti***

Le competenze sono la condizione chiave di successo, organizzate per linee di business ed integrate sul Cliente per assicurare risultati di valore. Le capacità individuali, quali imprenditorialità, flessibilità, innovazione e leadership, sono da far crescere per creare figure professionali solide e credibili.

##### ***Le persone migliori***

Il prestigio dei Clienti dell'azienda, il tipo di lavoro svolto, le opportunità di crescita professionale e l'ambiente devono essere tali da attrarre e soprattutto mantenere i migliori talenti.

I dipendenti sono il principale asset della Società.

Tutto il personale è chiamato a guidare i propri collaboratori con il buon esempio e con il giusto e necessario coinvolgimento nel rispetto delle norme e delle procedure aziendali e, nel contempo, ad accrescere le proprie conoscenze ed il proprio bagaglio culturale, nel rispetto delle diversità (di opinione, di cultura, di lingua, di religione, di razza, di sesso).

#### **5. Un'azienda leale e competitiva**

##### ***Osservanza delle norme***

L'attività della società è ispirata al più scrupoloso rispetto delle norme di legge italiane e dei Paesi in cui la Società si trova ad operare, dei regolamenti interni, delle regole della concorrenza leale, delle buone pratiche tecniche e amministrative e dei principi e delle regole espresse nel Codice Etico. In nessun caso il perseguimento dell'interesse dell'azienda può giustificare una condotta difforme dalle norme ora richiamate.

##### ***Competitività***

L'azienda attua un confronto continuo con il mercato (Clienti, concorrenti, fornitori) al fine di migliorare costantemente la propria offerta, ricercare il miglior rapporto qualità/prezzo dei propri servizi e ottimizzare il proprio posizionamento di mercato.

##### ***Focalizzazione su margini***

L'azienda persegue la redditività dei singoli progetti/servizi che deve essere coerente con gli obiettivi aziendali di bilanciamento tra l'interesse dei Clienti di ottenere servizi di qualità al miglior prezzo di mercato e quello della Società e della Proprietà di conseguire un adeguato ritorno sul capitale investito.

### **Gestione e profitto**

L'azienda viene gestita con una forte attenzione alla struttura di costo.

La responsabilizzazione individuale, l'eliminazione dell'inutile, l'ottimizzazione dei processi e delle soluzioni tecnologiche adottate, con una tensione continua al contenimento dei costi, sono elementi fondamentali di una sana gestione.

### **Produttività**

L'attività dell'azienda, legata sia all'erogazione di servizi sia allo sviluppo di soluzioni per i Clienti, si basa su persone la cui professionalità costituisce un asset prezioso.

## **6. Un luogo di lavoro piacevole**

### **Ambiente di lavoro**

L'ambiente di lavoro messo a disposizione del personale è idoneo allo svolgimento delle attività lavorative previste, in quanto sono garantiti buoni livelli di luminosità e di ricambio d'aria e gli spazi sono ergonomicamente sufficienti e curati dal punto di vista dell'igiene e della pulizia.

Le misure di sicurezza adottate garantiscono lo svolgimento delle operazioni con il minore pericolo di danno alle cose o alle persone.

I dispositivi di protezione individuale sono stati consegnati al personale e ne è stato illustrato l'utilizzo ed il funzionamento.

### **Fabbrica di competenze**

Le competenze sono la base per il successo e, per tale motivo, l'Azienda si prefigge di crearle e sostenerle all'interno, attraverso un curriculum chiaro, progressivo e controllabile che porti allo sviluppo delle risorse più giovani. L'esperienza acquisita è l'altro elemento di crescita di competenze. Lo sviluppo delle competenze, attraverso l'esperienza sul campo e attività quali la formazione e la *job rotation*, deve essere un principio fondamentale di crescita professionale.

### **Valorizzazione del merito**

La crescita interna delle risorse in termini di ruolo deve essere basata sul merito, con regole e processi di valutazione chiari e trasparenti che, partendo dal livello di performance, tendano a considerare il contributo di ognuno al successo dell'azienda.

Le pratiche di assunzione e le attività d'impiego non devono presentare elementi di discriminazione quali, ad esempio, provenienza geografica, religione, genere, stato maritale o maternale, età, affiliazione politica, nazionalità, disabilità, condizioni di salute, orientamento sessuale.

Per questo vengono valorizzati anche le idee, i suggerimenti e le iniziative imprenditoriali promosse dai dipendenti a tutti i livelli.

### **Spirito di servizio**

Il successo è di tutti. Ciò richiede spesso di lavorare per gli altri, valorizzare e far crescere i talenti, aiutare nell'ottica di contribuire al meglio al successo del percorso intrapreso, con una forte capacità di lavorare in team.

Il capitale di conoscenze ed esperienze è dell'azienda, oltre che dei singoli e come tale deve essere disponibile per tutti, come elemento chiave per la crescita delle competenze e per l'efficacia degli interventi. Tutti debbono contribuire alla creazione e mantenimento di questo asset intangibile di elevato valore per l'azienda.

### **Qualità**

La qualità non è solo nel servizio al Cliente. La qualità deve essere ovunque, deve potersi toccare, vedere: nel modo di redigere un'offerta, nell'educazione e nel rapporto tra colleghi e persone esterne.

### **Rispetto dell'individuo**

Per l'azienda è un valore fondamentale, a tutti i livelli, operare in modo onesto e leale.

Comprendere e valorizzare le diversità sopra ricordate, capire e bilanciare le esigenze del *business* con quelle personali, comunicare con trasparenza e specialmente saper ascoltare.

## 7. Rapporti interni

### 7.1. Rapporti con i dipendenti, i collaboratori e la comunicazione interna

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro sia esso a carattere dipendente o collaborativo (di seguito personale). In nessun caso è tollerata una forma di rapporto irregolare. Il personale alle dipendenze dell'Azienda costituisce un fattore fondamentale per il suo successo. Per tale motivo la Società tutela e promuove il valore delle proprie risorse umane, al fine di conservare e sviluppare il patrimonio di competenze professionali possedute da ciascun collaboratore, facendo in modo che le capacità e le legittime aspirazioni dei singoli trovino piena realizzazione nel raggiungimento degli obiettivi aziendali.

L'Azienda si impegna ad offrire pari opportunità di lavoro a tutto il personale sulla base delle qualifiche professionali e delle capacità di rendimento, senza alcuna discriminazione.

Da ciò consegue che:

- l'Azienda, per il tramite delle funzioni competenti, seleziona, assume, retribuisce e gestisce i propri dipendenti in base a criteri di merito e di competenza, senza alcuna discriminazione politica, sindacale, religiosa, razziale, di lingua e di sesso, nel rispetto di tutte le leggi, dei contratti di lavoro, dei regolamenti e delle direttive in vigore;
- nella creazione e gestione dei rapporti contrattuali con i dipendenti, l'Azienda assicura che, nelle relazioni gerarchiche così createsi, il potere di direzione sia esercitato con equità e correttezza, evitando ogni abuso;
- il sistema premiante è basato sia sui risultati generali della Società sia sulle competenze e sulle capacità dei dipendenti nonché sui risultati conseguiti nell'espletamento della propria attività lavorativa;
- l'Azienda garantisce l'integrità fisica e morale dei suoi dipendenti e collaboratori, assicurando condizioni di lavoro rispettose della loro dignità personale e conformi alle normative di legge;
- l'Azienda tutela, altresì, la privacy del proprio personale, secondo le norme vigenti in materia, impegnandosi a non comunicare né diffondere, fatti salvi gli obblighi di legge, i relativi dati personali senza previo consenso dell'interessato.

Il personale deve osservare le seguenti regole:

- deve essere evitata ogni situazione o attività che contrasti con il corretto adempimento dei propri compiti o che possa condurre a conflitti di interesse con l'Azienda o che possa interferire con la capacità di assumere decisioni imparziali, nel migliore interesse dell'Azienda stessa;
- deve rispettare e salvaguardare i beni di proprietà dell'Azienda nonché impedirne l'uso fraudolento o improprio. L'utilizzo dei beni della Società da parte del personale deve essere funzionale ed esclusivo allo svolgimento delle attività aziendali o agli scopi autorizzati dalle funzioni interne preposte;
- deve operare conformemente a quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici e non;
- deve essere evitata qualsiasi attività che contrasti con il corretto adempimento dei propri compiti o che possa nuocere agli interessi, alla reputazione e all'immagine della Società;
- è tenuto a mantenere riservate le informazioni apprese nell'esercizio delle proprie funzioni in conformità alla legge, alle policy e regole aziendali; in particolare è tenuto a:
  - ✓ acquisire e trattare solo i dati necessari e opportuni per lo svolgimento dei compiti affidatigli;
  - ✓ acquisire e trattare i dati stessi solo all'interno di specifiche procedure;
  - ✓ conservare i dati stessi in modo che venga impedito che altri non autorizzati ne prendano conoscenza;
  - ✓ comunicare i dati stessi nell'ambito di procedure prefissate e/o su esplicita autorizzazione dei superiori;

- ✓ assicurarsi che non sussistano vincoli alla divulgabilità delle informazioni, con particolare riferimento a quelle riguardanti i terzi collegati alla Società da un rapporto di qualsiasi natura;
- ✓ non utilizzare, a proprio beneficio, o a divulgare a terzi, notizie e informazioni riservate di cui sia venuto a conoscenza nello svolgimento della propria attività lavorativa.

Il personale è tenuto all'osservanza di tali obblighi anche dopo la cessazione del suo rapporto di lavoro.

Il personale, in assenza delle necessarie autorizzazioni, è tenuto a:

- astenersi dal compiere operazioni che impattano sul business aziendale, in caso di legami personali e/o interessi di ogni genere con gli interlocutori dell'Azienda, deferendo la decisione in materia al proprio superiore gerarchico;
- dare comunicazione preventiva in caso di possibile accettazione di nomine e incarichi in altre organizzazioni, in concorrenza con l'attività svolta in Azienda;
- astenersi dal compiere azioni che siano in netta concorrenza con gli scopi aziendali o commerciali tali da concorrere a tali finalità;
- evitare il ricorso ad un linguaggio di basso livello e commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o a terzi.

Ogni dipendente deve collaborare a creare un clima ambientale in cui tutti i colleghi si sentano accettati ed incoraggiati al raggiungimento dei propri obiettivi.

Le disposizioni di cui ai punti precedenti sono estese anche ai collaboratori esterni dell'Azienda.

Il sistema di comunicazione interna può essere di tipo:

- gerarchico o verticale ed interessa livelli diversi della stessa funzione;
- trasversale od orizzontale e riguarda funzioni aziendali diverse.

La comunicazione interna è assicurata mediante utilizzo di documenti scritti sotto forma di avvisi, verbali di riunione e messaggi di posta elettronica.

## **7.2. Rapporti con gli Amministratori**

L'Azienda adotta un sistema di governo societario conforme a quanto previsto dalla legge e dalle buone pratiche amministrative.

Tale sistema è orientato alla massimizzazione del valore per i soci, al controllo e alla prevenzione dei rischi d'impresa, alla trasparenza nei confronti del mercato, all'adeguamento degli interessi legittimi di tutti gli stakeholder.

Esso, inoltre, è rivolto ad assicurare la massima collaborazione tra le sue componenti attraverso l'armonia dei diversi ruoli di gestione, di indirizzo e di controllo.

I componenti degli organi societari devono conformare la propria attività ai principi di correttezza e integrità, astenendosi dall'agire in situazioni di conflitto di interesse nell'ambito dell'attività da loro svolta in Azienda.

Ai componenti degli organi societari è, inoltre, richiesto un comportamento ispirato ai principi di autonomia, di indipendenza e di rispetto delle linee di indirizzo societarie nelle relazioni che essi intrattengono, per conto dell'Azienda, con le Istituzioni pubbliche e con qualsiasi soggetto privato. E' richiesta loro la partecipazione assidua ed informata all'attività di impresa, ottenibile attraverso il Consiglio di Amministrazione; essi sono tenuti a fare un uso riservato delle informazioni di cui vengono a conoscenza per ragioni di ufficio e non possono avvalersi della loro posizione per ottenere vantaggi personali, diretti o indiretti.

Ogni attività di comunicazione deve rispettare le leggi e le linee di condotta adottate dalla Società e deve essere volta a salvaguardare le informazioni riservate e di segreto industriale.

Gli obblighi di lealtà e riservatezza vincolano tali soggetti anche successivamente alla cessazione del rapporto con la Società.

### 7.3. Rapporti con la Proprietà

Attraverso una strategia di sviluppo equilibrato e la gestione consapevole dei rischi, che comprenda anche la salvaguardia dell'autonomia gestionale, l'Azienda vuole realizzare un'adeguata remunerazione del capitale sociale e l'incremento del patrimonio aziendale.

La Proprietà è consapevole della necessità di impegnare la Società al continuo miglioramento della qualità della propria offerta e alla costante ricerca del miglior rapporto tra prezzo dei servizi offerti e prestazione resa, tanto che si rende di fondamentale importanza il suo costante coinvolgimento, nel rispetto dei relativi ruoli, nelle principali decisioni riguardanti la Società.

### 8. Rapporti esterni

Gli organi sociali ed il personale devono tenere un comportamento improntato alla massima correttezza ed integrità in tutti i rapporti con persone, professionisti ed enti esterni all'Azienda con particolare riguardo ai *giornalisti, pubblicisti, youtuber, blogger ed instagrammer* nonché *Gruppi Editoriali/Società di Acquisto Media* del settore Carta Stampata / Radio / Televisivo / Web e Piattaforme Sociali (di seguito congiuntamente *mondo della comunicazione*), funzionali al perseguimento degli scopi aziendali.

Non sono ammesse in alcun modo: i.) l'offerta o la ricezione di regali, doni, denaro, omaggi ed altre utilità verso e da chiunque abbia o miri ad avere rapporti di affari con la Società, salvo quelli di valore modesto e puramente simbolico nonché ii.) accordare altri vantaggi di qualsiasi natura (quali ad es. promesse di assunzione e/o elargizioni) in favore di rappresentanti del mondo della comunicazione che possano determinare o indurre vantaggi per l'Azienda e/o per i propri Clienti e infine iii.) pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette o attraverso terzi, di vantaggi personali di qualsiasi genere, indipendentemente dalla finalità trattata.

#### 8.1. Rapporti con i Clienti

In adesione al presente Codice Etico, l'Azienda manifesta una costante sensibilità ed attenzione al soddisfacimento dei bisogni della propria Clientela, impegnandosi sempre ad offrire ai Clienti servizi di elevato standard qualitativo e ad un prezzo competitivo.

La professionalità, la competenza, la disponibilità, la rapidità di risposta, la correttezza, la trasparenza e la cortesia sono i principi guida della relazione tra l'azienda e i suoi Clienti.

La Società si astiene in ogni caso dal compiere o tollerare pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette o attraverso terzi, di vantaggi personali di qualsiasi genere, indipendentemente dall'importanza dell'affare trattato.

La relazione con i Clienti è, altresì, improntata al reciproco rispetto dei principi etici.

L'Azienda è tenuta a garantire la riservatezza, la sicurezza e la protezione delle informazioni in proprio possesso non divulgando dati economici e di altro genere che riguardano i Clienti, fatti salvi gli obblighi di Legge. In particolare, tutti i dipendenti e collaboratori coinvolti nel processo, in ogni sua fase, devono attenersi alle procedure aziendali in tema di gestione della sicurezza delle informazioni.

Nei rapporti con la committenza la Società assicura correttezza e chiarezza nelle trattative commerciali e nell'assunzione dei vincoli contrattuali, nonché il fedele e diligente adempimento degli stessi. Nei rapporti con i Clienti tutti i collaboratori sono tenuti ad evitare le situazioni in cui possono manifestare conflitti di interesse e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

Può determinare conflitto di interessi l'accettazione di denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con la Società.

E' fatto, altresì, divieto particolare di:

- distribuire omaggi e regali al di fuori di quanto previsto dalla prassi aziendale e dal presente Codice Etico;

- riconoscere compensi in favore di collaboratori esterni che non trovino adeguata giustificazione in relazione al tipo di incarico da svolgere e alla prassi vigente in ambito locale.

Inoltre, la Società – nel rispetto del presente Codice Etico, di policy e di procedure interne – valuta attentamente la congruità e l'eseguità delle prestazioni richieste, con particolare riguardo alle condizioni normative, tecniche ed economiche, facendo rilevare tempestivamente, ove possibile, le eventuali anomalie che possano compromettere la qualità della prestazione resa, in rapporto alle prestazioni attese dai Clienti.

## **8.2. Rapporti con i Fornitori**

In adesione al presente Codice Etico, i medesimi principi che vengono applicati alle relazioni intrattenute con i Clienti devono caratterizzare i rapporti commerciali attivati dall'Azienda con i propri Fornitori.

Le politiche di acquisto di beni e servizi della Società hanno come obiettivo quello di assicurare efficaci ed efficienti processi di approvvigionamento e di controllo dei prodotti approvvigionati attraverso procedure snelle atte ad assicurare il soddisfacimento dei requisiti dell'Azienda ed in grado di fare ottenere all'Azienda il massimo vantaggio competitivo (ricerca del miglior rapporto qualità/prezzo per ciascuna fornitura).

L'economicità e la profittabilità sono perseguite nel rispetto di principi etici che vietano di conseguire il massimo vantaggio competitivo usando Fornitori che non siano in linea con gli stessi principi dichiarati dall'Azienda.

La Società predispone opportune procedure per garantire un'adeguata concorrenza per ogni processo di acquisto nonché la massima trasparenza delle operazioni di selezione del Fornitore e di acquisto di beni e servizi, prevedendo la creazione di un apposito Elenco dei Fornitori.

In particolare, l'inserimento nel suddetto Elenco ed i criteri di selezione per l'assegnazione delle commesse sono subordinati ad obiettive e trasparenti valutazioni della qualità, del prezzo, delle modalità di svolgimento del servizio e di consegna, nonché alla disponibilità di mezzi e strutture organizzative in conformità alle procedure aziendali vigenti.

Inoltre, i comportamenti dei Fornitori devono essere ispirati al Codice Etico vigente, che viene consegnato all'atto del loro inserimento in Elenco.

## **8.3. Rapporti con la Pubblica Amministrazione**

Per Pubblica Amministrazione si intende gli enti pubblici e gli enti privati che esercitano un'attività in regime di concessione amministrativa.

L'Azienda intrattiene relazioni commerciali con la Pubblica Amministrazione in qualità sia di Fornitore che di Cliente.

In adesione al presente Codice Etico, come già dichiarato nell'ambito dei rapporti tra l'Azienda ed i suoi Clienti, anche nei rapporti con la Pubblica Amministrazione tutti i collaboratori sono tenuti ad evitare le situazioni in cui possono manifestare conflitti di interesse e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

Possono determinare conflitto di interessi, in aggiunta a quanto previsto nel § 3.9.1, le seguenti situazioni:

- svolgere una funzione di vertice (amministratore delegato, consigliere, responsabile di direzione) ed avere interessi economici con Clienti e Fornitori della Pubblica Amministrazione (possessione di azioni, incarichi professionali, ecc.);
- curare i rapporti con enti della Pubblica Amministrazione per conto dell'Azienda, eccedendo il mandato conferito.

Nel partecipare a gare e a procedure competitive in genere per l'aggiudicazione di appalti, in Italia e all'estero e nel corso delle attività per la gestione dei bandi di gara o studi di fattibilità di offerte complesse, o in caso di partecipazione a raggruppamenti temporanei di impresa, si applicano i principi di condotta e le regole di riservatezza previsti per tutti gli altri Clienti.



Inoltre, in aggiunta a quanto previsto per tutti gli altri Clienti della Società, è fatto divieto particolare di:

- effettuare elargizioni in denaro a pubblici funzionari;
- distribuire omaggi e regali al di fuori di quanto previsto dalla prassi aziendale e dal presente Codice Etico. In particolare è vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici italiani ed esteri o a loro famigliari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio per l'Azienda;
- accordare altri vantaggi di qualsiasi natura (quali ad es. promesse di assunzione) in favore di rappresentanti della Pubblica Amministrazione che possano determinare o indurre vantaggi per l'Azienda;
- presentare dichiarazioni non veritiere a organismi pubblici nazionali o comunitari al fine di conseguire erogazioni pubbliche, contributi o finanziamenti agevolati;
- destinare somme ricevute da organismi pubblici nazionali o comunitari a titolo di erogazioni, contributi o finanziamenti per scopi diversi da quelli cui erano destinati;
- condizionare indebitamente persone che rivestano il ruolo di testimoni in processi civili, penali, amministrativi e tributari.

#### **8.4. Rapporti con le Istituzioni e le Autorità competenti**

L'Azienda collabora con le Autorità, dando piena e scrupolosa osservanza alle loro disposizioni, assicurando pieno accesso alle informazioni richieste dagli organi di regolazione nelle loro funzioni ispettive e ampia collaborazione nel corso delle procedure istruttorie.

Per garantire la massima trasparenza, la Società si impegna a non trovarsi con dipendenti di qualsiasi Autorità e loro familiari in situazioni di conflitto di interessi.

#### **8.5. Rapporti con i partiti, i sindacati e le altre associazioni**

L'Azienda non finanzia i partiti, i loro rappresentanti o candidati, in Italia e all'estero, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine di propaganda politica.

Si astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici.

L'Azienda può, comunque, aderire alle richieste di contributi limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti e atti costitutivi, che siano di elevato valore culturale o benefico e che coinvolgano un elevato numero di cittadini o abbiano, comunque, un'ampia ricaduta sul territorio o nel settore nel quale opera la Società ivi compresi contributi per organizzazioni umanitarie, sportive e/o ricreative.

Nell'erogazione di tali liberalità la Società presta, comunque, attenzione ad ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale.

#### **8.6. Rapporti con la concorrenza**

L'Azienda individua nella crescente concorrenza che caratterizza i mercati in cui opera, lo stimolo al costante miglioramento della qualità dei servizi offerta alla clientela, improntando i propri comportamenti di natura commerciale ai principi di lealtà e correttezza.

#### **8.7. Comunicazione esterna**

Sono attivi adeguati canali di informazione verso l'esterno, in particolare con i Giornalisti, i Clienti, gli Enti, i Fornitori, la Pubblica Amministrazione e gli interlocutori tutti che concorrono all'interazione con la Società.

Oltre al fax, è particolarmente diffuso il sistema di messaggeria elettronica.

Le comunicazioni *da* e *verso* l'esterno vengono opportunamente archiviate a cura della stessa funzione aziendale interessata.

Tali comunicazioni devono essere veritiere, chiare, trasparenti, non ambigue o strumentali; esse devono essere coerenti, omogenee ed accurate, conformi alle politiche e ai programmi aziendali. Nei casi di divulgazione di informazioni, partecipazione a convegni e congressi, di redazione di articoli e pubblicazioni in genere, così come di partecipazione a pubblici interventi, le informazioni fornite relativamente alle attività, risultati, posizioni e strategie dell'Azienda e dei propri Clienti, verranno diffuse nel rispetto delle procedure stabilite nonché a norma del trattamento delle informazioni riservate a norma di Legge.

La Società riconosce, altresì, l'utilizzo crescente dei *social media* nelle comunicazioni personali e professionali del proprio Personale.

L'azienda sostiene tale utilizzo, a condizione che i dipendenti siano consapevoli dei rischi a esso correlati e agiscano in conformità alle politiche aziendali e nel rispetto di leggi e norme in materia. Ricordiamo che la definizione di social media include tutti gli altri siti di networking sociali o professionali, blog, microblog, discussioni di commenti o forum e spazi di commento o altre applicazioni o siti web che consentono all'utente di caricare, memorizzare, pubblicare e / o scambiare informazioni.

Per questo motivo è opportuno riflettere con attenzione sui nostri messaggi e distinguere le circostanze in cui rappresentiamo l'Azienda ed i suoi Clienti come organizzazione da quelle in cui rappresentiamo noi stessi come individui.

L'uso dei social media su internet è normato dal Regolamento Aziendale sulla sicurezza informatica.

## **9. Segnalazioni e violazioni**

I destinatari del presente Codice Etico sono tenuti ad informare tempestivamente la Direzione quando siano a conoscenza di violazioni, anche solo potenziali, del presente Codice.

La Società, al fine di facilitare le segnalazioni e comunicazioni da parte degli esponenti aziendali (Amministratori e personale dipendente) e dei collaboratori esterni (consulenti, revisori), ha attivato la casella di posta elettronica **codiceetico@aidapartners.com**.

In particolare, la Società non esercita, sostiene o consente alcuna forma di molestia o abuso sui lavoratori, sia in ambiente di lavoro che nella vita privata e si impegna affinché coloro che hanno effettuato le segnalazioni non siano oggetto di ritorsioni, discriminazioni o, comunque, penalizzazioni, assicurando, quindi, la adeguata riservatezza di tali soggetti (salvo la ricorrenza di eventuali obblighi di Legge che impongano diversamente).

## **10. Punizioni e richiami**

La Società non esercita, sostiene o consente l'uso di punizioni corporali, minacce di violenza o altre forme di coercizione mentale o fisica e non ricorre a pratiche pubbliche di richiamo o punizione.

Eventuali sanzioni disciplinari vengono comminate in osservanza a quanto stabilito nel CCNL di settore, eventualmente integrato dal contratto di secondo livello e dal sistema sanzionatorio di cui al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

## **11. Valore contrattuale del Codice Etico**

L'osservanza delle norme del Codice Etico viene considerata parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti dell'Azienda ai sensi e per gli effetti degli artt. 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile.

La grave e ripetuta violazione delle norme del presente codice lede il rapporto di fiducia instaurato con l'Azienda e può portare ad azioni disciplinari e di risarcimento del danno, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure previste dall'art. 7 della Legge 300/1970 (Statuto dei Lavoratori) e dai contratti collettivi di lavoro.

## **12. Aggiornamento del Codice Etico**

Il presente Codice Etico può essere modificato ed integrato anche in considerazione dei suggerimenti e delle proposte provenienti da tutte le parti interessate.