



CODICE **ETICO****AZIENDALE**

CRMPARTNERS



INDICE

Introduzione	1
La nostra Mission Aziendale	2
B-Corporation	3
Principi Etici Generali	4
Principi Etici e di Condotta	5
Negli Specifici Ambiti	6
Disposizioni Attuative	7
Disposizioni Sanzionatorie	8

MISSION AZIENDALE

“WE TRUST IN HUMAN CAPITAL. WE LOVE OUR EMPLOYEES. WE BELIEVE OUR DECISIONS AND ACTIONS HAVE TO BE A SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACT. WE ARE ACTIVELY ENGAGED IN IMPROVING THE LIFE OF DISADVANTAGED CITIZEN CATEGORIES, AMONG THEM REFUGEES AND ECONOMIC MIGRANTS.”

Il qui presente codice sarà, quindi, in linea con la mission aziendale sopra citata e terrà conto di tutti gli aspetti che per **CRMpartners** risultano più rilevanti ed importanti quali: *i propri dipendenti, l'impatto ambientale e sociale e le categorie di cittadini svantaggiati.*

La società nello svolgimento delle sue attività, nella gestione dei rapporti con gli stakeholder e nella governance nel suo complesso pone un ruolo centrale e di rilevanza alla propria mission, credendo fermamente in quest'ultima.

Perciò i principi etici e di condotta che verranno affrontati nelle pagine a venire non possono essere considerati o analizzati disgiuntamente dalla mission aziendale.



INTRODUZIONE

Il codice Etico Aziendale è un documento volontario adottato dalle aziende che decidono di impegnarsi, da un punto di vista etico, nei confronti dei propri clienti, amministratori e dipendenti. Il qui presente definisce una serie di norme etiche e sociali alle quali CRMpartners SRL ha deciso di attenersi nel rispetto di tutti gli stakeholder coinvolti. La società si impegna, inoltre, nella piena divulgazione e messa a conoscenza di tale documentazione all'interno dell'azienda ma anche all'esterno in modo tale da rendere partecipi i lavoratori e le lavoratrici ed allo stesso tempo rendere consapevoli tutti coloro che vengano in contatto con la qui presente società per gli impegni etici e sociali assunti.

Tale codice intende fungere, perciò, da guida per sensibilizzare dipendenti e responsabili riguardo agli aspetti più significativi etici e legali che possono presentarsi con maggiore frequenza internamente e sui mezzi a disposizione per eventualmente denunciare atteggiamenti che non siano consoni al presente documento.rs.

Si cercherà di affrontare, quindi, gli argomenti che risultano più di interesse per la società sebbene non vengano affrontati tutti ed in maniera del tutto esaustiva ma l'intento è quello di fare una sintesi delle leggi e politiche applicate da CRMpartners.

Nel realizzare la propria attività, CRMpartners agisce in ottemperanza ai principi di equità ed eguaglianza, ripudiando ogni discriminazione basato sul sesso, sulle razze, sulle lingue, sulle condizioni personali e sociali, sul credo religioso e politico. Vi è profonda attenzione all'ambiente lavorativo, ispirandosi al rispetto, alla correttezza ed alla collaborazione, tramite il coinvolgimento e la responsabilizzazione dei propri dipendenti con particolare riguardo agli specifici obiettivi da raggiungere ed alle modalità per perseguirli. Tale codice, infatti, permette anche di definire con maggiore chiarezza i valori che CRMpartners riconosce e accetta.

CRMpartners prevede di informare tutti coloro che operano per e con la società, nel rispetto dei principi di trasparenza e onestà, assicurando l'osservanza delle disposizioni qui contenute.

La società si impegna, infine, ad adottare gli strumenti necessari di controllo e prevenzione sull'osservanza del codice.

B CORPORATION



Dopo anni di duro lavoro ed obiettivi prefissati CRMpartners ha ottenuto la certificazione B-Corporation. Certificazione rilasciata dall'ente no profit B-lab che attesta il suo impegno per generare un impatto positivo sull'ambiente e sulla società attraverso il suo business.

È parte integrante dell'operare della società in maniera etica, l'importanza data ai temi ambientali e sociali. Aver ottenuto una certificazione riconosciuta a livello internazionale rappresenta il primo vero passo verso un agire consapevole, etico, equo e di qualità.

L'azienda è consapevole che tale successo rappresenta solo l'inizio di un lungo percorso che la vedrà protagonista sul territorio per ottenere risultati reali ed in linea con il suo codice etico, con la certificazione B-corporation e con i suoi principi in generale.



PRINCIPI ETICI GENERALI

A seguire sono riportati i **principi etici fondamentali** riconosciuti da CRMpartners ed a cui devono far riferimento tutti coloro coinvolti nell'attività d'impresa così da garantire un efficiente ed efficace funzionamento nonché salvaguardare la reputazione della società stessa.

PRINCIPIO DI LEGALITÀ

La società nello svolgimento della sua attività agisce nel rispetto delle leggi e dei regolamenti applicabili, tenendo conto in modo imprescindibile delle norme nazionali ed europee come conditio sine qua non. Nell'operare i destinatari del codice si attengono, inevitabilmente, ai principi di legalità espressi nel nostro ordinamento.

Tale impegno è da mantenere e vale anche nei confronti dei/delle collaboratori/collaboratrici esterni e dei clienti, e più in generale, di tutti coloro che abbiano rapporti con la Società.

PRINCIPIO D'IMPARZIALITÀ

Nelle decisioni connesse alle relazioni con i relativi stakeholder, CRMpartners evita qualsiasi forma di discriminazione fondata sull'età, sul sesso, sull'orientamento sessuale, sulla salute, sull'origine razziale ed etnica, sulla nazionalità, sulle opinioni politiche e sulle credenze religiose (Art.3 Cost. -Principi di equità ed eguaglianza-).

Stessa attenzione è posta nelle relazioni interne all'ambiente lavorativo, ove si vuole assicurare un clima aziendale positivo, dinamico e costruttivo garantendo

l'eterogeneità dei singoli e dei loro talenti, opinione e vedute, assicurando a tutti pari opportunità.

PRINCIPIO DI ONESTÀ, LEALTÀ E TRASPARENZA

La società richiede che nelle relazioni tra dipendenti siano rispettati i principi di onestà e lealtà. In particolare, si prevede che il personale (a tutti i livelli gerarchici) si comportino tra loro secondo correttezza, onestà, lealtà, considerazione e cordialità.

Stesso principio vale nelle relazioni con i destinatari del codice in generale. Si richiede che si agisca in maniera sincera e trasparente, secondo i principi morali ritenuti universalmente validi e rispettando sempre con diligenza le leggi vigenti che trattano tali aspetti.

E' sempre richiesto ai destinatari del codice di fornire alle controparti informazioni veritiere, corrette e trasparenti. Nonché di mantenere le promesse iniziali e assicurare la coerenza fra i comportamenti dichiarati e quelli effettivi.

Gli obiettivi che la società si pone, l'organizzazione del lavoro e la definizione delle procedure operative dovranno quindi essere in linea e conformi a favorire i medesimi principi.

PRINCIPIO DI RISERVATEZZA

La società assicura la riservatezza delle informazioni e dei dati in proprio possesso e li utilizza nel rispetto delle norme vigenti. E' oltremodo vietato diffondere notizie false, all'interno ed all'esterno dell'organizzazione, concernenti la società stessa e tutti gli stakeholder coinvolti. Tutte le informazioni aziendali devono essere gestite attraverso i canali istituzionali garantendone la tutela e la protezione dei dati aziendali trattati ed il rispetto del segreto professionale.

I destinatari del codice sono perciò tenuti a non divulgare o utilizzare le informazioni riservate per scopi diversi da quelli per i quali sono autorizzati o non connessi alle proprie mansioni lavorative.

TUTELA DELLA PERSONA

E' impegno della società quello di preservare l'integrità fisica e morale di tutti i propri stakeholder. Non sono permesse né tollerate condotte, richieste o minacce volte a indurre comportamenti lesivi della dignità personale di ciascun individuo.

CONTROLLO E TRASPARENZA CONTABILE

La società redige i documenti di bilancio rispettando i principi contabili generali con particolare attenzione alla veridicità dei dati, fornendo un quadro fedele e corretto che rappresenti le reali condizioni delle operazioni di gestione di natura economica, patrimoniale e finanziaria di esercizio; all'attendibilità facendo perciò riferimento a valori attendibili e ad analisi e a stime ragionevoli, determinate in conformità alla legislazione vigente. Inoltre, essenziale per la propria gestione risulta il principio della trasparenza, per cui i sistemi e gli schemi di bilancio devono essere coerenti e raccordabili con la classificazione economica e con quella funzionale, individuata dagli appositi regolamenti comunitari. Non sono ovviamente da escludere i principi contabili restanti ma non dettagliati in tale codice, di cui in qualsiasi caso CRMpartners tiene conto ed in base ai quali redige i documenti contabili.

PRINCIPI ETICI

E DI CONDOTTA NEGLI SPECIFICI AMBITI

Nel seguente paragrafo vengono affrontati alcuni dei principi fondamentali per la società, applicati a specifici ambiti che interessano in maniera diretta CRMpartners. Verranno analizzati aspetti quali la qualità dei servizi offerti, il valore dei propri dipendenti, la tutela riservata all'ambiente, i rapporti intercorrenti con la clientela (dedicando particolare attenzione a quelli con le ONG), il rapporto con i fornitori, il modus operandi in materia di concorrenza sleale ed infine le regole relative al divieto di fumare.

QUALITÀ DEI SERVIZI OFFERTI

Aspetto di primo interesse della società è la soddisfazione e la fiducia dei clienti. La società si impegna perciò nell'assicurare un servizio che crei valore per i propri clienti, così che si realizzino e mantengano rapporti basati sulla fiducia nei confronti della propria attività e della propria professionalità.

VALORE DEL PERSONALE

Il capitale umano rappresenta la vera ricchezza della società, che riconosce nella professionalità e nell'impegno di ogni dipendente i valori imprescindibili per il raggiungimento dei propri obiettivi. La soddisfazione e la realizzazione delle risorse risultano aspetti prioritari per la società.

CRMpartners crede fermamente che, affinché l'azienda operi in modo efficiente ma soprattutto efficace, sia necessaria una profonda fidelizzazione dei propri dipendenti ancor prima di quella dei propri clienti. Nella gestione dei rapporti che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche, sebbene la società lo preveda a livelli minimi, si richiede che questa avvenga secondo i principi di equità e correttezza, sanzionando ogni comportamento che possa in qualunque modo ledere la dignità personale e professionale del collaboratore sottoposto.

RAPPORTI CON I FORNITORI

La società ritiene un aspetto rilevante il rapporto corretto, trasparente e leale con i fornitori. La selezione dei fornitori avviene nel rispetto dei parametri quali eticità, equità, qualità, idoneità tecnico-professionale e rispetto delle norme. Non si effettuano preferenze in base a discriminazioni di tipo razziale, religione, orientamento sessuale o di genere. Per CRMpartners risulta un vantaggio avere fornitori provenienti da gruppi che non risultano avere parità di accesso alle opportunità economiche o che abbiano barriere sociali. Per questo motivo la società si pone in maniera pro-attiva di fronte la scelta dei fornitori.

RAPPORTI CON LE AZIENDE CONCORRENTI

CRMpartners opera rispettando quanto previsto dalle norme in materia di concorrenza sleale. Svolgendo la propria attività attraverso delle collaborazioni e partnership con aziende, che in modo più o meno indiretto, risultano essere potenziali concorrenti, la società ha sempre operato in maniera corretta, facendo presente alla clientela che, laddove i referenti fossero le suddette aziende, di rifarsi a quest'ultime e rispettando le relazioni intercorrenti con i competitor.

La società, quindi, si impegna ad operare in maniera equa e leale nei confronti di tutte le imprese concorrenti, di rispettare la giurisdizione vigente e di creare le condizioni più appropriate per la libera concorrenza sul mercato, nazionale ed in una prospettiva futura internazionale.

FUMO

Fermo restando il divieto generalizzato di fumare in tutti i luoghi di lavoro, come previsto dalla Sentenza Corte Costituzionale n.399/1996 ove è necessario che "in tuN i luoghi di lavoro sia garantita la salubrità dell'aria e non può considerarsi

salubre un'aria inquinata da fumo di tabacco", e dalla Legge 16 Gennaio 2003, n.3, Art.51 che vieta di fumare nei luoghi chiusi (ad eccezione di quelli dalla legge previsti), la società vieta di fumare sui balconi circostanti l'edificio e richiede che i/le fumatori/fumatrici fumino al di fuori dell'edificio stesso. Si terrà riguardo anche al fumo cosiddetto passivo, laddove un individuo si sentirà leso da questo, intervenendo come si ritenga più appropriato

TUTELA DELL'AMBIENTE

L'ambiente è notoriamente fondamentale e CRMpartners agisce in tutti i modi possibili per garantire il suo impegno nella tutela di un bene così importante.

Per questo motivo svolge le sue attività tenendo conto dell'impatto ambientale evitando di inquinare, mantenendo un basso consumo energetico ed utilizzando materiali per lo più riciclabili.

Ha previsto, inoltre, la fornitura di borracce per i propri dipendenti, ai fini di ridurre i consumi di plastica, la possibilità di utilizzare il monopattino elettrico messo a disposizione nei suoi uffici e l'utilizzo della raccolta differenziata negli stabili aziendali. Sono anche state organizzate delle giornate in cui il personale ha raccolto la plastica dal litorale laziale.

All'inizio del 2023 è stato creato anche un piccolo orto aziendale! Sfruttando la posizione della sede operativa di Roma, è stato possibile coltivare salvia, rosmarino, fiori di zucca, pomodorini e insalate di diverso tipo.

PARITÀ DI GENERE

Dopo tanto impegno e duro lavoro a Gennaio 2023 CRMpartners ha ottenuto la certificazione UNI PdR 125:2022, ovvero quella relativa alla Parità di Genere.

La certificazione parità di genere è un punto di riferimento per attestare l'attenzione verso le politiche di inclusione e di riduzione del gender gap.

La nostra azienda si impegna affinché le esigenze e i bisogni dei lavoratori e delle lavoratrici vengano egualmente valutati e riconosciuti, anche a livello economico.

Il comitato per la gender equality ha il compito di monitorare che non ci siano discriminazioni di alcun tipo all'interno dell'ambiente lavorativo e, qualora dovessero esserci, verranno presi provvedimenti al fine di sottolineare l'importanza dei principi che contraddistinguono CRMpartners.

Ogni individuo ha il diritto di prosperare senza distinzione di genere in un ambiente inclusivo.

DISPOSIZIONI ATTUATIVE

Il presente codice deve essere portato a conoscenza di tutti coloro siano considerati destinatari del codice. E' necessario che tutti coloro che abbiano rapporti diretti con la società siano ben informati riguardo le disposizioni fin qui viste, sono tenuti ad apprenderne i contenuti e a rispettarne le regole.

Verrà per questo motivo pubblicato sul sito della società, così che possano accedervi tutti, senza distinzioni.

Eventuali incertezze e dubbi applicativi devono essere discussi con chi ha disposto il suddetto codice e ha l'incarico di vigilarne l'attuazione e il rispetto.

DISPOSIZIONI SANZIONATORIE

L'osservanza del codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai dipendenti ai sensi e per gli effetti degli Artt. 2104 e 2106 c.c., nonché delle obbligazioni assunte dai collaboratori e/o dai soggetti aventi relazioni d'affari con l'impresa.

La violazione delle norme del Codice potrà costituire inadempimento delle obbligazioni primarie di lavoro o illecito disciplinare, rispettando le procedure previste dall'Art.7 dello Statuto dei Lavoratori, ed inadempimento delle obbligazioni contrattuali assunte con ogni conseguenza di legge, in ordine con la risoluzione del contratto e/o dell'incarico, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalle stessi derivanti.

