



CODICE
ETICO AZIENDALE
CRMPARTNERS



INDICE

| | |
|---|----|
| Introduzione | 1 |
| La nostra Mission Aziendale | 2 |
| B-Corporation | 3 |
| Principi Etici Generali | 4 |
| Principi Etici e di Condotta negli Specifici Ambiti | 7 |
| Disposizioni Attuative | 11 |
| Disposizioni Sanzionatorie | 11 |

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, dei/delle dipendenti e, in generale, di tutti gli stakeholders coinvolti. Con tale Codice, si intende definire una serie di norme etiche e sociali alle quali CRMpartners SRL ha deciso di attenersi. La società si impegna, inoltre, a garantirne la piena divulgazione e messa a conoscenza all'interno dell'azienda, in modo da renderne partecipi lavoratori e lavoratrici e, contemporaneamente, al suo esterno, al fine di condividere gli impegni etici e sociali assunti da CRMpartners anche con le aziende clienti.

Tale codice intende fungere, perciò, da guida per sensibilizzare dipendenti e responsabili riguardo gli aspetti più significativi, sia etici che legali, che potrebbero presentarsi con maggiore frequenza all'interno della struttura aziendale. Inoltre, un ulteriore proposito di questo documento è quello di denunciare eventuali atteggiamenti che appaiano come non conformi ai valori aziendali.

Si cercherà di affrontare gli argomenti di maggiore interesse per la società: considerata la materia, non sarà possibile fornire una trattazione del tutto esaustiva, per cui ci limiteremo ad una breve sintesi delle leggi e delle politiche applicate da CRMpartners.

Nel realizzare la propria attività, CRMpartners agisce in ottemperanza ai principi di equità ed eguaglianza, ripudiando ogni discriminazione basata sul sesso, sulla razza, sulla lingua, sulle condizioni personali e sociali, sul credo religioso e politico. Vi è profonda attenzione all'ambiente lavorativo, garantendo rispetto, correttezza e collaborazione, tramite il coinvolgimento e la responsabilizzazione di tutti/e i/le dipendenti, con particolare riguardo agli specifici obiettivi da raggiungere ed alle modalità per perseguirli.

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.

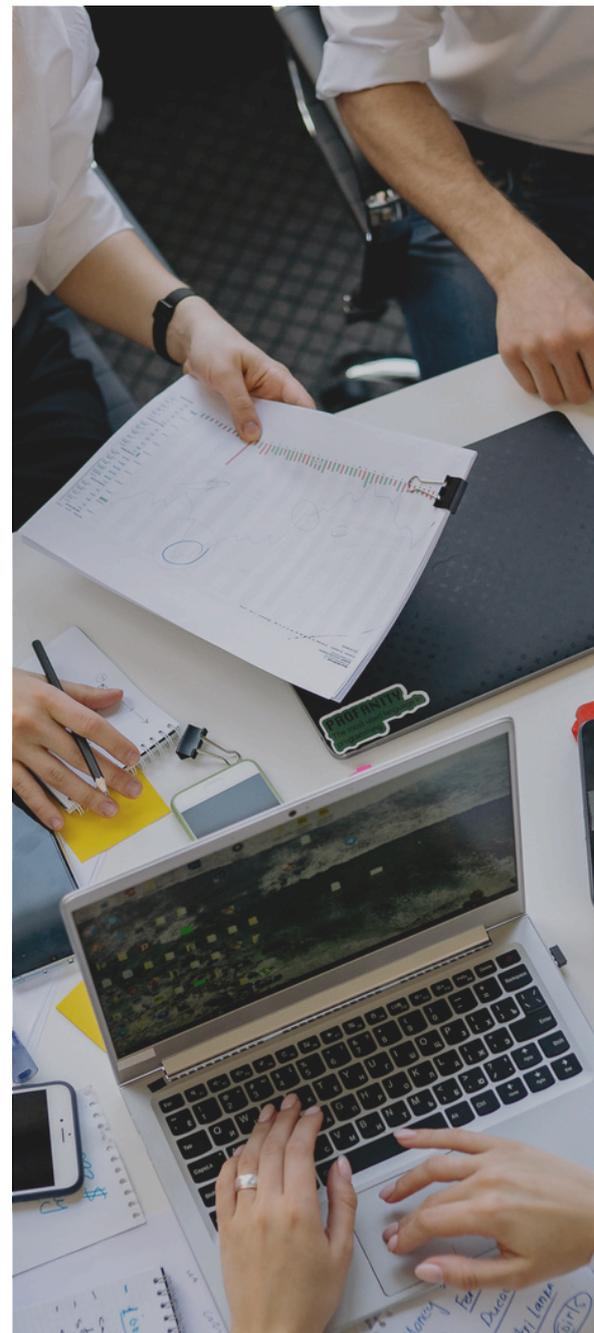
MISSION AZIENDALE

“ 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/le propri/proprie 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 stakeholders 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 da tale mission aziendale.



B CORPORATION

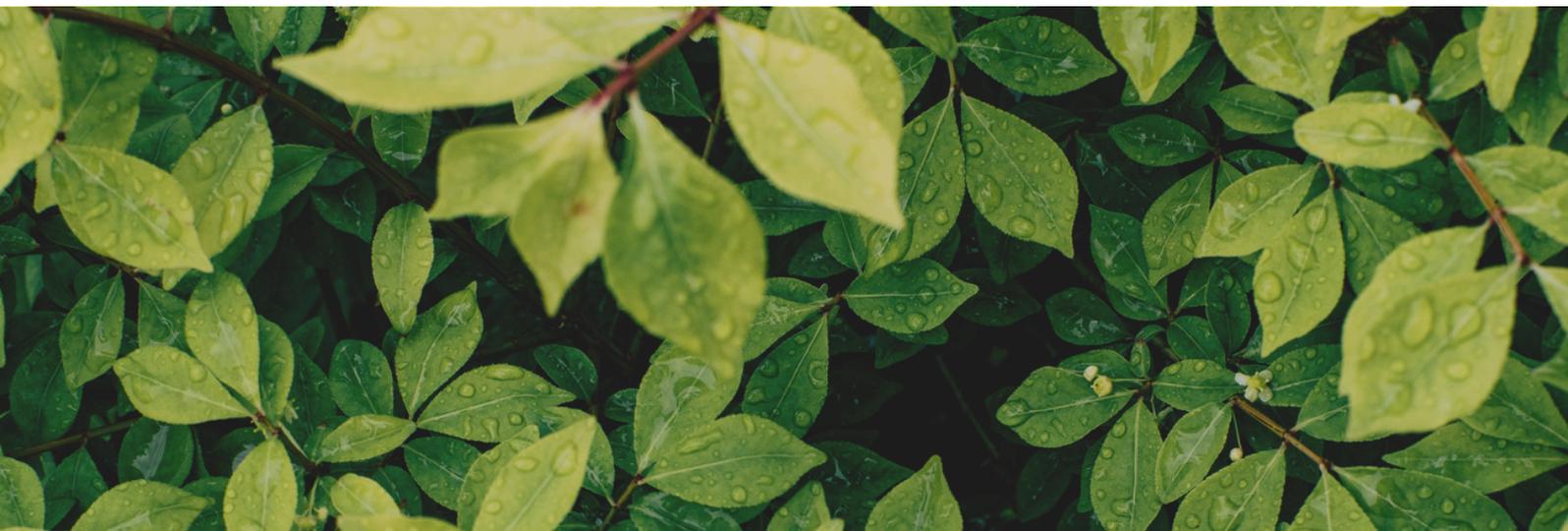


Dopo anni di duro lavoro ed obiettivi prefissati, CRMpartners ha ottenuto la certificazione B-Corporation, rilasciata dall'ente no profit B-Lab, che attesta l'impegno dell'azienda a generare un impatto positivo sull'ambiente e sulla società attraverso il proprio business.

Da sempre, infatti, è parte integrante della società, l'attenzione verso i 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 percorso che la vedrà parte attiva sul territorio in cui opera, 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 e a cui devono far riferimento tutti/e coloro coinvolti/e nell'attività d'impresa, così da garantire un efficiente ed efficace funzionamento e salvaguardare la reputazione della società stessa.

PRINCIPIO DI LEGALITÀ

La società, nello svolgimento della sua attività professionale, 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 viene assicurato anche nei confronti dei/delle collaboratori/collaboratrici esterni, dei clienti e di tutti/e coloro che si interfacciano con la Società.

PRINCIPIO D'IMPARZIALITÀ

Nelle decisioni connesse alle relazioni con i relativi stakeholders, 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 mantenere un clima aziendale positivo, dinamico e costruttivo garantendo l'eterogeneità dei singoli e dei loro talenti, opinione e vedute, assicurando a tutti/e pari opportunità.

PRINCIPI DI ONESTÀ, LEALTÀ E TRASPARENZA

La società richiede che nelle rapporti tra dipendenti siano rispettati i principi di onestà e lealtà. In particolare, si prevede che il personale (indipendentemente dal livello gerarchico) si comporti secondo correttezza, onestà, lealtà, considerazione e cordialità.

Stesso principio vale nelle relazioni con i/le 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 ad attuare il rispetto di tali principi.

PRINCIPIO DI RISERVATEZZA

La società assicura la riservatezza delle informazioni e dei dati in proprio possesso e li utilizza nel rispetto delle normative vigenti. E' oltremodo vietato diffondere notizie false, all'interno ed all'esterno dell'organizzazione, concernenti la società stessa e tutti gli stakeholders coinvolti. Tutte le informazioni aziendali devono essere gestite attraverso i canali istituzionali, garantendone la tutela e la protezione dei dati 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 risultino espressamente autorizzati. Allo stesso modo, sono tenuti a farne un uso connesso alle proprie mansioni lavorative.

TUTELA DELLA PERSONA

La società si impegna a preservare l'integrità fisica e morale di tutti i propri stakeholders. Non sono permesse o 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 sempre le reali condizioni delle operazioni di natura economica, patrimoniale e finanziaria di esercizio) e alla loro attendibilità, facendo perciò riferimento a valori, analisi e a stime ragionevoli, determinate in conformità alla legislazione vigente. Inoltre, essenziale per la propria gestione risulta il principio di 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 nella redazione dei 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/delle 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, alcune regole generali.

QUALITÀ DEI SERVIZI OFFERTI

Un aspetto di primario interesse di CRMpartners è costituito dalla soddisfazione dei clienti e dalla creazione, con questi ultimi, di un rapporto di fiducia e stima che possa crescere nel tempo. La società si impegna, a tal fine, ad assicurare un servizio professionale serio, di qualità e in grado di creare valore aggiunto alle aziende clienti incontrate durante lo svolgimento della sua attività.

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 e soddisfazione dei/delle propri/proprie 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/della dipendente sottoposto/a.

RAPPORTI CON I FORNITORI

Altro aspetto rilevante per CRMpartners, risulta essere la creazione di un rapporto corretto, trasparente e leale con i fornitori. La selezione dei fornitori avviene nel rispetto di 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. La società tende, infatti, ad avere fornitori provenienti anche da gruppi che non risultino avere parità di accesso alle opportunità economiche o che abbiano barriere sociali: in questo modo, si pone in maniera pro-attiva anche davanti alla 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 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 e, 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 tutti 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

La tutela dell'ambiente costituisce un interesse primario e anche CRMpartners si impegna a dare il suo contributo per la salvaguardia di un bene così importante.

Per questo motivo, svolge le proprie attività tenendo conto dell'impatto ambientale, cercando di inquinare il meno possibile, mantenendo un basso consumo energetico, utilizzando materiali per lo più riciclabili e aderendo alla raccolta differenziata negli stabili aziendali.

Ha previsto, inoltre, la fornitura di borracce per i propri dipendenti (ai fini di ridurre i consumi di plastica), la possibilità di utilizzare un monopattino elettrico messo a disposizione nei suoi uffici e organizzando delle giornate di volontariato in cui il personale si adopera nella raccolta della plastica dal litorale laziale.

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

All'interno della sede di Roma, inoltre, è stato aggiunto un contenitore in cartone in cui i/le dipendenti possono disfarsi dei loro vecchi jeans (a patto che siano composti, per almeno il 95%, di cotone) e dar loro una nuova vita, tramite il riciclo di materiale tessile!

PARITÀ DI GENERE

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

La certificazione per la parità di genere costituisce solo un punto di partenza per attestare l'attenzione verso le politiche di inclusione e di riduzione del gender gap.

L'azienda si impegna affinché le esigenze e i bisogni dei/delle dipendenti vengano egualmente valutati e riconosciuti, anche a livello economico e salariale.

A Febbraio 2024, CRMpartners ha conseguito nuovamente la certificazione per la Parità di Genere, a dimostrazione dell'attenzione costante che la società mantiene per questa tematica.

E' stato introdotto un Comitato per la Gender Equality, l'organo a cui ogni dipendente può rivolgersi nel caso in cui dovessero verificarsi situazioni spiacevoli di discriminazione. In seguito ad ogni segnalazione il Comitato si riunisce per decidere quali azioni intraprendere per evitare che si possa riproporre un episodio simile.

CRMpartners ha messo a disposizione anche la possibilità di rivolgersi ad uno studio legale esterno, in forma anonima.

GENDER EQUALITY WEEK

Ogni anno la società organizza la Gender Equality Week, un'iniziativa di sensibilizzazione sia interna che esterna sulle tematiche della parità di genere. La Gender Equality Week è composta da un evento in presenza della durata di un giorno e da contributi singoli della durata di circa 1 ora durante la settimana. Oltre al coinvolgimento del personale interno, è previsto il contributo di professionisti esterni, che collaborano con l'azienda per promuovere il dialogo e sensibilizzare su questioni legate all'uguaglianza di genere.



VOLONTARIATO AZIENDALE

Come precedentemente accennato, CRMpartners presta grande attenzione all'ambiente in cui svolge al sua attività professionale, provando ad avere anche un occhio di riguardo nei confronti delle fette di società maggiormente svantaggiate.

L'azienda propone la possibilità a tutti/e i/le dipendenti, di dedicare alcune ore ad attività di volontariato, senza che sia necessario usufruire dei permessi.

E' possibile, inoltre, proporre di aderire ad iniziative di volontariato od organizzarne di nuove, collaborando con altre associazioni.

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.

