



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

ROMA

**MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E
CONTROLLO EX D.LGS. 231/2001**

ALL. 3 CODICE ETICO

STORIA DELLE REVISIONI			
N°	DATA	MOTIVAZIONE	APPROVATO DA
1	9/10/2018	ENTRATA IN VIGORE – PRIMA STESURA	LEGALE RAPPRESENTATE
2	25/05/2020	REVISIONE MODELLO	LEGALE RAPPRESENTATE
3	24/10/2023	AGGIORNAMENTO	GIUNTA

Tutta la documentazione relativa al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01, contiene informazioni strettamente riservate di proprietà di Confcommercio Roma

SOMMARIO

Etica e valori della nostra azienda.....	3
La carta dei valori di Confcommercio Roma	4
Gli altri, il rispetto in ogni manifestazione.....	5
Trasparenza e rettitudine	5
Immagine di mercato e passione nel lavoro	5
Premessa	6
Struttura	6
Campo di applicazione	7
Destinatari	8
I. PRINCIPI ETICI GENERALI	9
A. GLI ALTRI, IL RISPETTO IN OGNI MANIFESTAZIONE	9
B. TRASPARENZA E RETTITUDINE	10
C. IMMAGINE DI MERCATO E PASSIONE NEL LAVORO	11
II. NORME DI CONDOTTA.....	13
A. NORME DI CONDOTTA NEI RAPPORTI CON ASSOCIATI, ISTITUZIONI PUBBLICHE E MERCATO	13
B. NORME DI CONDOTTA NEI RAPPORTI CON FORNITORI, COLLABORATORI ESTERNI E CLIENTI	14
C. NORME DI CONDOTTA CON LA COLLETTIVITÀ	15
D. NORME DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE	16
III. MODALITÀ DI ATTUAZIONE	19

Etica e valori della nostra azienda

Il Codice Etico di Confcommercio Roma ha lo scopo di indicare, rendere noti e fissare i basilari valori che guidano le scelte della nostra Associazione.

In esso vengono definiti i valori ai quali devono ispirarsi i soggetti che operano ed interagiscono con Confcommercio Roma con l'obiettivo di stimolare atteggiamenti positivi da parte di tutti i componenti dell'organizzazione per favorire lo sviluppo ed il potenziamento delle attività aziendali.

Vogliamo, inoltre, che vengano delineate e definite le responsabilità etiche e sociali degli operatori che entrano direttamente in contatto con noi e di tutti i portatori di interesse che, a diverso titolo, interagiscono con le nostre attività societarie.

Il rispetto dei principi etici comunemente riconosciuti e accettati dalla nostra Associazione sono elementi insostituibili di garanzia per una sana creazione di valore che consente un'ottimale base per la crescita.

In tal modo siamo convinti che si possa ingenerare un approccio etico che riesca a soddisfare il rispetto dei principi di competitività, produttività, efficacia ed efficienza richiesti dal mercato.

Riteniamo opportuno riassumere nella "**CARTA DEI VALORI**", di seguito rappresentata, l'insieme degli elementi cui devono ispirarsi dipendenti, amministratori e portatori di interessi (stakeholder) presenti nella collettività, che si trovino ad operare con Confcommercio Roma.

Siamo fermamente convinti che operare secondo principi etici costituisca un elemento fondamentale per esercitare al meglio la "mission" aziendale, in armonia con il contesto sociale ed i valori comunemente riconosciuti dalla collettività.

Il presente Codice Etico non sostituisce il Codice Etico di Confcommercio Imprese per l'Italia (consultabile all'indirizzo <https://www.confcommercio.it/-/codice-etico>) ma risulta parte integrante dello stesso e ad esso si rinvia per quanto non espressamente indicato.

La carta dei valori di Confcommercio Roma



**RISPETTO DEGLI
ALTRI**



**INTEGRITA'
E TRASPARENZA**



**RISPETTO
DEGLI ASSOCIATI
E DELLA COLLETTIVITA'**



**EFFICIENZA
E MIGLIORAMENTO
CONTINUO**



**REPUTAZIONE
NEL MERCATO**



COOPERAZIONE



**PASSIONE
NEL LAVORO**

Gli altri, il rispetto in ogni manifestazione

È prioritario tenere una linea di condotta nei confronti della collettività, verso il mercato, la clientela e ogni altro portatore di interessi, consona al Codice Etico.

Questo si ottiene con un atteggiamento che consenta di evitare conflitti nel rispetto del parere degli altri e di quanto da loro attuato.

Il nostro atteggiamento ed il nostro lavoro non deve mettere in difficoltà le controparti in termini di mantenimento di quanto concordato ed in ordine alle tempistiche previste.

Non dobbiamo ricorrere a stratagemmi per coprire eventuali involontarie manchevolezze e anzi dobbiamo nel rispetto degli altrui valori trovare sempre una positiva soluzione a situazioni di criticità.

Trasparenza e rettitudine

I nostri output devono essere improntati alla massima trasparenza, non devono dare adito a incertezze interpretative ed essere esaustivi per quanto le circostanze ed il tempo disponibile lo consentano.

E' bene evitare contesti, ambienti e situazioni nelle quali potrebbe essere molto difficile salvaguardare il nostro ideale di eticità per cui, pur rispettando i valori altrui, dobbiamo evitare interlocutori che non abbiano valori etici coerenti con i nostri.

Immagine di mercato e passione nel lavoro

È necessario lavorare con passione e precisione, senza mai dimenticare di inserire in quello che si produce un personale elemento di miglioramento, che deve estrinsecarsi anche nei contatti interpersonali.

La risultante di questi comportamenti sarà di grande ausilio al mantenimento ed all'accrescimento dell'immagine pubblica della nostra Associazione con grande beneficio in termini di crescita e sviluppo.

Premessa

Confcommercio – Imprese per l'Italia Provincia di Roma Capitale (di seguito in breve "Confcommercio Roma") è un'associazione di imprese del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Attività Professionali aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia, la più grande organizzazione di rappresentanza sul territorio nazionale.

La mission di Confcommercio Roma è di assistere e tutelare le forze imprenditoriali del settore terziario di Roma e provincia, rappresentando i loro interessi e promuovendone lo sviluppo. Per raggiungere questo obiettivo, Confcommercio Roma si impegna a:

DARE VOCE ALLE ISTANZE DEGLI ASSOCIATI confrontandosi continuamente con soggetti pubblici e privati, partecipando ai tavoli di lavoro istituzionali ed avviando collaborazioni con amministrazioni, enti ed organizzazioni economiche e sociali.

DARE CERTEZZE ALLE IMPRESE SUL PIANO DEI RAPPORTI DI LAVORO al fine di definire la contrattualistica di settore attraverso la stipula dei CCNL delle categorie che rappresentiamo.

DARE FORZA AI PROGETTI DELLE AZIENDE offrendo a loro disposizione l'esperienza e il know-how di un team di professionisti e un ampio ventaglio di servizi per soddisfare tutte le esigenze legate allo svolgimento dell'attività d'impresa.

Confcommercio Roma concorre a promuovere il processo di sviluppo dell'economia italiana e di crescita civile del Paese, impegnandosi a tenere comportamenti eticamente corretti, oltre che non in contrasto con leggi, regolamenti e fonti del diritto cogenti nazionali, comunitarie ed internazionali, in linea con i principi, i valori ispiratori e gli scopi della Confederazione elencati nello Statuto di "Confcommercio-Imprese per l'Italia".

Il Codice Etico ha l'obiettivo di individuare i valori aziendali fondamentali cui i componenti dell'organizzazione (dirigenti, dipendenti, collaboratori, etc.) nonché tutti coloro che hanno relazioni od interessi correlati con Confcommercio Roma (clienti, fornitori, partner di affari, etc.) devono riferirsi, al fine di favorire una corretta gestione aziendale in termini di creazione ed ottimizzazione del valore, nel rispetto dei valori etici condivisi, espressi nel presente Codice.

Il Codice Etico rappresenta, quindi, l'espressione più articolata dei valori etici e sociali cui devono conformarsi le attività ed i comportamenti di tutti coloro ai quali il Codice è destinato, in funzione delle rispettive competenze e della posizione ricoperta nell'organizzazione aziendale. Esso intende far sì che i principi etici siano definiti in modo esplicito, chiaro, inequivocabile e comprensibile.

I principi enunciati nel presente Codice Etico sono rilevanti ai fini della prevenzione dei reati ex D.Lgs. 231/2001 e costituiscono un elemento cardine del sistema di controllo preventivo.

Struttura

Il Codice Etico (di seguito il "Codice") si compone delle seguenti parti:

- Principi Etici generali, che definiscono in modo generale le linee guida comportamentali di Confcommercio Roma ed i valori di riferimento (sezione II);
- Norme di condotta, sulle relazioni con le diverse tipologie di stakeholder, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali le persone di Confcommercio Roma sono tenute ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici (sezione III);
- Modalità di attuazione, che descrivono il sistema di controllo, sanzionatorio e disciplinare ai fini dell'osservanza del codice etico e per assicurare il suo continuo miglioramento (sezione IV).

Campo di applicazione

Il Codice Etico si applica a Confcommercio Roma ed alle eventuali società controllate ed è conseguentemente vincolante per i comportamenti di tutti i collaboratori del Gruppo e tutti coloro che hanno relazioni od interessi correlati con la Confcommercio Roma (clienti, fornitori di beni e servizi, etc.).

Ogni amministratore, sindaco, dipendente o collaboratore soggetto terzo con cui Confcommercio Roma intrattiene relazioni od interessi, nonché l'Organismo di Vigilanza ed il Revisore Contabile è tenuto a conoscere il Codice Etico, a contribuire attivamente alla sua attuazione e a segnalarne per quanto di competenza carenze e inosservanze.

Confcommercio Roma, inoltre, si impegna a facilitare e a promuovere la conoscenza del Codice Etico da parte dei dipendenti e di tutti coloro che operano per la società, vigilando sull'osservanza e predisponendo adeguati strumenti di informazione e controllo.

I rappresentanti degli organi sociali ed i dirigenti, oltre a conformare le decisioni e le azioni ai contenuti del Codice, devono diffonderne la conoscenza e favorirne la condivisione da parte di dipendenti e terzi soggetti che operano per conto di Confcommercio Roma o che con esso hanno rapporti. I dirigenti devono inoltre costituire, attraverso il proprio comportamento, un modello di riferimento per il personale e i dipendenti, i quali sono tenuti ad agire nel rispetto del Codice e a segnalare all'Organismo di Vigilanza eventuali infrazioni (vedi sez. IV).

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti di Confcommercio Roma ai sensi e per gli effetti degli articoli 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile (Diligenza del prestatore di lavoro, Obbligo di fedeltà e Sanzioni disciplinari). La grave e persistente violazione delle norme del presente Codice lede il rapporto di fiducia instaurato con l'Associazione e può portare ad azioni disciplinari e sanzioni, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure previste dall'art.7 della L. 300/1970 (Statuto dei Lavoratori), dai contratti collettivi di lavoro e dai codici disciplinari adottati dall'impresa.

L'inosservanza delle regole da parte di soggetti terzi (clienti, fornitori di beni e servizi) può comportare la revoca dell'incarico in caso di violazioni di eccezionale gravità o di commissione dei reati oggetto del Modello così come previsto dal Sistema disciplinare adottato dall'Associazione (si rimanda a quanto riportato nell'Allegato "Sistema disciplinare" del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo applicato da Confcommercio Roma).

Comportamenti non etici

Nella condotta degli affari i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra Confcommercio Roma ed i suoi stakeholder.

Non sono etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti dell'associazione, i comportamenti di chiunque, singolo o organizzazione, cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza.

Sono esempi di atti non etici, illeciti o scorretti:

- ricavare benefici per sé stessi o altri attraverso il proprio lavoro e/o abusando della propria posizione o autorità nella Associazione;
- utilizzare beni aziendali per uno scopo non collegato al lavoro od a quello per cui l'Associazione li ha affidati;
- ricevere, usare o diffondere le informazioni societarie riservate o confidenziali;
- agire in conflitto di interessi.

Destinatari

Sono Destinatari (interni) del presente Codice etico e si impegnano al rispetto del contenuto dello stesso:

- gli amministratori e i dirigenti dell'Associazione nonché coloro che rivestono o svolgono di fatto funzioni di rappresentanza, amministrazione, direzione o controllo (c.d. soggetti apicali);
- i dipendenti dell'Associazione sottoposti alla direzione o vigilanza di uno dei soggetti di cui sopra (cosiddetti soggetti interni sottoposti ad altrui direzione).

Limitatamente allo svolgimento delle attività a cui essi eventualmente partecipano, mediante apposite clausole contrattuali e/o in forza del Codice Etico, possono essere Destinatari di specifici obblighi, strumentali ad un'adeguata esecuzione delle attività di controllo interno previste nel presente Modello, i seguenti altri soggetti Esterni:

- il Management e lo staff degli altri enti o società riconducibili al gruppo che fa capo a Confcommercio-Imprese per l'Italia Roma, pur non organicamente inserito presso l'Ente, se e nella misura in cui partecipano ad una o più attività sensibili di quest'ultima per conto o nell'interesse dell'Associazione;
- i collaboratori, i consulenti e in generale i soggetti che svolgono attività di lavoro autonomo nella misura in cui essi operino nell'ambito delle aree di attività sensibili per conto o nell'interesse dell'Associazione;
- i fornitori, clienti e altri soggetti terzi che operano in maniera rilevante e/o continuativa nell'ambito delle aree di attività cosiddette sensibili per conto o nell'interesse dell'Associazione.

E' responsabilità dei Destinatari Interni informare i soggetti Esterni circa gli obblighi imposti dal presente Modello, esigerne il rispetto e adottare iniziative idonee in caso di mancato adempimento.

I. PRINCIPI ETICI GENERALI

Successivamente all'entrata in vigore del Decreto legislativo n. 231 del 2001 (e sue successive integrazioni) che ha introdotto nel nostro ordinamento la responsabilità amministrativa/penale delle persone giuridiche, è stato predisposto il presente Codice Etico, la cui osservanza è di importanza fondamentale per il buon funzionamento, l'affidabilità, e la reputazione di Confcommercio Roma nonché per evitare qualsiasi coinvolgimento dell'Associazione nella eventuale realizzazione di condotte penalmente rilevanti da parte dei propri dipendenti.

Il presente Codice Etico tende a favorire l'adempimento dei doveri di lealtà, di correttezza ed esecuzione del contratto di lavoro secondo buona fede, proibendo comportamenti ed azioni in spreco alle norme etiche, alle procedure aziendali ed in generale alle norme di legge.

A. GLI ALTRI, IL RISPETTO IN OGNI MANIFESTAZIONE

Valorizzazione e rispetto delle risorse umane

I collaboratori di Confcommercio Roma sono un fattore indispensabile per il successo. Confcommercio Roma tutela e promuove il valore delle risorse umane per migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute da ciascun collaboratore. Nella sottoscrizione e gestione dei rapporti contrattuali che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche, Confcommercio Roma si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitandone ogni abuso. In particolare, Confcommercio Roma garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e dell'autonomia del collaboratore, e che le scelte di organizzazione del lavoro ne salvaguardino il valore.

Integrità della persona

I destinatari del Codice rispettano i diritti fondamentali delle persone tutelandone l'integrità morale e garantendo eguali opportunità.

Pertanto, Confcommercio Roma tutela l'integrità fisica e morale dei suoi collaboratori, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Trasparenza e completezza dell'informazione

I collaboratori di Confcommercio Roma sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nell'impostare i rapporti con l'Associazione, gli stakeholder siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti. In particolare, nella formulazione di eventuali contratti, gli esponenti di Confcommercio Roma hanno cura di specificare al contraente i contenuti del presente Codice Etico ed i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste, in modo chiaro e comprensibile.

Il valore della reciprocità

Per reciprocità si intende il conseguimento del livello di transazione che massimizza e ottimizza con equità il valore nello scambio tra due soggetti, soddisfacendo le esigenze di entrambi.

Questo codice è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno.

Responsabilità verso la collettività e tutela ambientale

Confcommercio Roma è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività, comprese le attività di tutte le sue società controllate, possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale da parte delle comunità in cui opera.

Pertanto, Confcommercio Roma intende sostenere iniziative di valore tese a favorire il costante miglioramento del servizio reso alla collettività interessata e alla Pubblica Amministrazione con il

costante desiderio di ottenere un miglioramento della propria reputazione sul mercato e accettazione sociale.

Poiché Confcommercio Roma considera l'ambiente un bene primario, essa s'impegna a salvaguardarlo ricercando costantemente un equilibrio tra le proprie iniziative e le imprescindibili esigenze ambientali e si impegna dunque a migliorare l'impatto ambientale delle proprie attività, nonché a prevenire i rischi per le popolazioni e per l'ambiente nel rispetto della normativa vigente.

B. TRASPARENZA E RETTITUDINE

Rispetto di leggi e regolamenti

Confcommercio Roma considera imprescindibile il rispetto di leggi e regolamenti vigenti in Italia e in tutti i Paesi in cui si trova ad operare. I destinatari del Codice sono tenuti, pertanto, al rispetto della normativa vigente. In nessun caso è ammesso perseguire o realizzare l'interesse dell'Associazione in violazione delle leggi.

Divieto di ogni forma di discriminazione

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi stakeholder, Confcommercio Roma evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori.

Onestà

In nessun modo la convinzione di agire nell'interesse e/o a vantaggio di Confcommercio Roma può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con i principi o con le norme etiche riportate nel presente Codice nonché con le procedure che disciplinano tutte le attività aziendali.

Tutti coloro che lavorano in Confcommercio Roma, senza distinzioni ed eccezioni, sono impegnati ad osservare e a far osservare tali principi nell'ambito delle proprie mansioni e responsabilità.

Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse

Nella conduzione di qualsiasi attività devono essere evitate situazioni ove i soggetti coinvolti in transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse.

Si verifica un conflitto di interessi quando un soggetto detiene una responsabilità decisionale in presenza di interessi personali o professionali in conflitto con l'imparzialità richiesta da tale responsabilità, che può venire meno visti i propri interessi in causa. Il verificarsi di un conflitto non comporta che siano state commesse scorrettezze, ma può tuttavia costituire un'agevolazione nel caso in cui si cerchi di influenzare il risultato di una decisione per trarne un beneficio.

Rientra pertanto in tale casistica il caso in cui un collaboratore persegua un interesse diverso dalla missione dell'Associazione e dal bilanciamento degli interessi degli stakeholder o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari della stessa, in contrasto con i doveri fiduciari legati alla propria posizione, nel rapporto con Confcommercio Roma.

In caso di potenziale conflitto di interesse, il dipendente o dirigente dovrà segnalare la situazione al diretto superiore ed astenersi da qualsiasi attività operativa o decisionale che appare in conflitto di interesse. Le eventuali attività di conflitto di interesse dovranno essere svolte dal diretto supervisore che non ricade nella stessa situazione di conflitto.

Prevenzione della corruzione

I dipendenti sono tenuti a rispettare le normative interne e le misure necessarie alla prevenzione degli illeciti, in particolare, osservando le prescrizioni contenute all'interno del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001.

Confcommercio, nel dettaglio, vieta di:

- offrire, promettere, dare, pagare, autorizzare, istigare qualcuno a dare o pagare, direttamente o indirettamente, un vantaggio economico o altra utilità a un Pubblico Ufficiale o un privato (corruzione attiva);
- accettare la richiesta da, o sollecitazioni da, o autorizzare o istigare qualcuno ad accettare o sollecitare, direttamente o indirettamente, un vantaggio economico o altra utilità da un privato (corruzione passiva);

quando l'intenzione sia di:

- indurre un Pubblico Ufficiale o un privato, a svolgere in maniera impropria qualsiasi funzione di natura pubblica, o qualsiasi attività associata a un business o ricompensarlo per averla svolta;
- influenzare un atto ufficiale (o un'omissione) da parte di un Pubblico Ufficiale o qualsiasi decisione in violazione di un dovere d'ufficio;
- ottenere, assicurarsi o mantenere un business o un ingiusto vantaggio in relazione alle attività d'impresa;
- in ogni caso, violare le leggi applicabili.

Istigazione alla corruzione

La Associazione, vietando ogni forma di corruzione, ritiene che sia un valore fondamentale ed imprescindibile che i rapporti intercorrenti con i privati (fornitori, clienti, consulenti, partner contrattuali ecc.) siano fondati sulla base della massima correttezza e trasparenza. A tal fine, Confcommercio Roma vigila affinché i Destinatari non subiscano o siano autori di atti di corruzione privata. Pertanto, i Destinatari non devono violare gli obblighi e i doveri inerenti il loro ufficio per ricevere (o perché hanno già ricevuto) promesse di denaro o di utilità e/o vantaggi vari. È espressamente vietato ricevere qualsiasi utilità e vantaggio o solamente di accettarne la promessa, a prescindere dalla violazione dei propri doveri.

Finanziamenti, contributi e sovvenzioni

È proibito destinare, a finalità diverse da quelle per cui sono stati eventualmente concessi, contributi, sovvenzioni o finanziamenti ottenuti dallo Stato o da altro ente pubblico.

Confcommercio Roma condanna i comportamenti volti ad ottenere, da parte dello Stato o di altro ente pubblico nazionale, qualsiasi tipo di contributo, finanziamento, mutuo agevolato o altra erogazione dello stesso tipo, per mezzo di dichiarazioni e/o documenti allo scopo alterati o falsificati, o per il tramite di informazioni omesse o, più genericamente, per il tramite di artifici o raggiri, compresi quelli realizzati per mezzo di un sistema informatico o telematico, volti ad indurre in errore l'ente erogatore.

I soggetti delegati di funzioni o compiti dovranno riporre una maggiore attenzione per tutte le informazioni di carattere confidenziale di cui dovessero venire a conoscenza, nonché nella scrupolosa protocollazione e rendicontazione di ogni documento o elaborato da essi eseguito e/o trasmesso alla Pubblica Amministrazione ed agli enti pubblici in generale.

Riservatezza

Confcommercio Roma assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare e/o diffondere dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e conformità alle norme giuridiche vigenti.

Ogni dipendente deve garantire la necessaria riservatezza relativa a ogni notizia e informazione appresa in ragione delle proprie funzioni. Le informazioni riservate, attinenti alla sfera di attività de Confcommercio Roma, qualora fossero rese pubbliche, potrebbero recare pregiudizio all'Associazione.

C. IMMAGINE DI MERCATO E PASSIONE NEL LAVORO

Il valore e la difesa della reputazione

La buona reputazione, sebbene risorsa intangibile, ricopre per Confcommercio Roma un valore essenziale per la credibilità e la fiducia nell'Associazione, nei suoi servizi e nel suo management da parte degli associati, del mercato e più in generale della collettività. La conoscenza e l'osservanza del Codice da parte di Amministratori, Dipendenti e di chiunque collabori con Confcommercio Roma sono quindi condizioni essenziali per favorire la trasparenza e la reputazione dell'Associazione, attraverso sistematici comportamenti etici di ciascun componente dell'organizzazione.

La ricerca dell'eccellenza e lo spirito di servizio

Al fine di stimolare una costante ricerca dell'eccellenza nelle attività aziendali ed in quelle dei singoli componenti dell'organizzazione, Confcommercio Roma promuove al proprio interno la ricerca costante di comportamenti che favoriscano la motivazione dei propri collaboratori.

Confcommercio Roma è convinta che attraverso un lavoro fatto con diligenza e passione, ogni componente dell'organizzazione sia in grado di trasformare il lavoro quotidiano in una successione di momenti creativi e appaganti che possono garantire il successo, anche economico dell'Associazione.

II. NORME DI CONDOTTA

A. NORME DI CONDOTTA NEI RAPPORTI CON ASSOCIATI, ISTITUZIONI PUBBLICHE E MERCATO

Creazione di valore per gli associati

Le relazioni con gli associati devono favorire la creazione delle condizioni affinché la partecipazione alle attività sociali di loro pertinenza possa avvenire con la necessaria consapevolezza attraverso un adeguato flusso informativo rappresentativo degli eventi o situazioni aziendali rilevanti.

La creazione di valore per gli associati costituisce un obiettivo primario imprescindibile cui le strategie di business e le conseguenti condotte operative devono essere ispirate.

Tale obiettivo va perseguito costantemente, mediante:

- la ricerca dell'eccellenza nelle prestazioni e nei risultati, in termini di qualità ed economicità, facendo leva anche sull'innovazione,
- il mantenimento di un'organizzazione snella, efficiente ed efficace, tesa alla massimizzazione delle sinergie, sia all'interno dell'Associazione sia con partner terzi.

Relazioni con le istituzioni pubbliche

Nei rapporti con le Istituzioni, le Pubbliche Autorità (siano esse di controllo o di indirizzo, quali la CONSOB, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, il Garante della Privacy) e la Pubblica Amministrazione in generale, i soggetti destinatari del Codice Etico sono tenuti ad osservare, con lealtà e spirito di collaborazione, i valori guida statuiti ed in particolare i principi di integrità e trasparenza.

In questo quadro, l'Associazione ed i soggetti che in essa operano, nelle rispettive attribuzioni ed ambiti di competenza, sono tenuti a rispettare e far rispettare la legislazione, ad adottare e far osservare le regole di governance, ad adottare e far osservare le regole di comportamento richieste da ogni altra normativa o regolamentazione specifica, a rispettare la normativa e le disposizioni dell'autorità in tema ambientale e di sicurezza del lavoro, a nominare i responsabili ed i preposti previsti dalle leggi vigenti, a rispettare le normative di settore, ad espletare con tempestività gli adempimenti di legge, a dotarsi degli strumenti necessari per evitare che i comportamenti dei singoli possano determinare la responsabilità dell'Associazione.

Collaborazione con le autorità in caso di indagini

Nello svolgimento della propria attività, l'Associazione opera in modo lecito e corretto, collaborando con i rappresentanti dell'Autorità Giudiziaria, le Forze dell'Ordine e qualunque Pubblico Ufficiale che abbia poteri ispettivi senza porre alcuno ostacolo (art. 2638, commi 1 e 2 c.c.).

Confcommercio Roma esige che i "Destinatari del presente Codice" prestino la massima disponibilità e collaborazione nei confronti di chiunque venga a svolgere ispezioni e controlli per conto di Autorità di vigilanza e giudiziarie. In occasione di un procedimento giudiziario, di un'indagine o di un'ispezione da parte delle Pubbliche Autorità, è vietato distruggere o alterare registrazioni, verbali, scritture contabili e qualsiasi tipo di documento, mentire o fare dichiarazioni false alle Autorità competenti.

È vietato impedire o ostacolare, mediante occultamento di documenti o altri idonei artifici, lo svolgimento delle attività di controllo o di revisione legalmente attribuite agli organi sociali ovvero alle società di revisione o alle altre funzioni di controllo.

È fatto divieto, inoltre, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, effettuare offerte, direttamente o anche per interposta persona, di denaro od altra utilità quali ad esempio opportunità di lavoro, o commerciali per il pubblico funzionario coinvolto, o per suoi familiari o soggetti allo stesso collegati.

Nei rapporti con la Pubblica amministrazione è altresì vietato ricercare e/o instaurare rapporti personali di favore in grado di condizionare, direttamente o indirettamente, l'esito del rapporto.

B. NORME DI CONDOTTA NEI RAPPORTI CON FORNITORI, COLLABORATORI ESTERNI E CLIENTI

È interesse primario di Confcommercio Roma che tutti coloro che intrattengono relazioni d'affari con essa svolgano le proprie attività in osservanza dei principi e dei valori contenuti nel presente Codice Etico.

Rapporto con i fornitori

Confcommercio Roma sviluppa con i propri partner contrattuali rapporti improntati a correttezza, trasparenza, legalità, lealtà ed efficienza, impegnandosi a trattare con essi a condizioni di parità e rispetto reciproco.

In ogni caso la selezione deve essere effettuata nell'osservanza dei principi di trasparenza, tracciabilità, pubblicità, libera concorrenza, non discriminazione, parità di trattamento e rotazione sulla base di criteri oggettivi legati alla competitività e alla qualità dei prodotti e dei servizi richiesti.

A titolo esemplificativo, l'Associazione si impegna a:

- osservare e rispettare nei rapporti di fornitura le disposizioni di legge vigenti, le procedure interne relative alla selezione ed alla gestione dei rapporti con i fornitori e le condizioni contrattualmente previste;
- adottare nella selezione delle eventuali aziende fornitrici, in possesso dei requisiti richiesti, criteri di valutazione oggettivi e trasparenti;
- effettuare selezioni competitive dei fornitori;
- sollecitare la collaborazione dei fornitori nell'assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze di Confcommercio Roma in termini di qualità, costo e tempi di consegna, nel rispetto delle regole liberamente concordate;
- rispettare gli accordi di licenza e le norme sulla proprietà industriale, ivi incluse quelle applicabili al software;
- mantenere un dialogo franco e aperto con i fornitori, in linea con le buone consuetudini commerciali;
- non prendere parte a titolo personale a concorsi, competizioni o iniziative promozionali indette da fornitori;
- se vengono offerti omaggi che superano il puro valore simbolico di cortesia, oppure omaggi ricorrenti durante l'anno, informare i diretti superiori e l'Organismo di Vigilanza;
- non divulgare informazioni che, per decisione della società o in base ad accordi con il fornitore, debbano mantenersi riservate.

Rapporto con i collaboratori

Nella scelta dei terzi a cui affidare l'esecuzione di prestazioni di qualsiasi tipo per conto e/o nell'interesse dell'Associazione, consulenti e professionisti inclusi, si deve tenere presente il livello di competenza specifica, la capacità di rendere la prestazione nei tempi attesi, il livello qualitativo richiesto, il livello di impegno economico richiesto dal prestatore e le eventuali garanzie dallo stesso riconosciute. In funzione di quanto sopra esposto, deve essere promossa una effettiva possibilità di concorrenza fra fornitori.

I criteri applicati per la valutazione delle offerte devono essere agevolmente verificabili.

Nei contratti e nelle comunicazioni con fornitori, prestatori di servizi e clienti devono essere curate la completezza, la coerenza alle norme applicabili, nonché la chiarezza e facilità interpretativa.

Rapporto con i clienti

Costituisce obbiettivo prioritario della Società la piena soddisfazione delle esigenze delle proprie controparti contrattuali private, anche al fine dell'instaurazione di solidi rapporti. Tali rapporti contrattuali e le relative comunicazioni sono ispirati a principi di correttezza, onestà, professionalità, trasparenza e, comunque, informati alla massima collaborazione.

A tal fine, i contratti e le comunicazioni con i clienti devono essere:

- chiari, semplici e formulati con un linguaggio il più vicino possibile a quello della clientela diffusa;

- conformi alle normative vigenti e alle indicazioni delle Autorità.

Confcommercio si impegna a:

- comunicare tempestivamente e nel modo più appropriato ogni informazione relativa ad eventuali modifiche e variazioni nella prestazione del servizio;
- garantire il raggiungimento degli standard di qualità e sicurezza previsti e a monitorare periodicamente la qualità del servizio prestato al cliente;
- favorire l'interazione con i clienti attraverso la gestione e risoluzione rapida di eventuali reclami e avvalendosi di appropriati sistemi di comunicazione;
- tutelare la privacy dei propri clienti, secondo le norme vigenti in materia, impegnandosi a non comunicare, né diffondere, i relativi dati personali, economici e di consumo, fatti salvi gli obblighi di legge.

Nei rapporti con i fornitori, ed in quelli con i clienti, i destinatari del Codice Etico non devono offrire o accettare regali o vantaggi difformemente da quanto fissato dal successivo par. C alla Sezione **"Regali, omaggi e benefici"**.

C. NORME DI CONDOTTA CON LA COLLETTIVITÀ

Strategie e strumenti della politica ambientale

Confcommercio Roma si impegna ad applicare la normativa in materia di protezione ambientale e salvaguardia delle risorse naturali, attuando una serie di iniziative specifiche che tendono a migliorare l'utilizzo delle risorse limitate quali ad esempio energia e acqua. Si impegna al rispetto dell'ambiente anche attraverso un'attenta valutazione dell'impatto ambientale dei progetti sviluppati e delle attività svolte direttamente o indirettamente.

Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali e associazioni

Confcommercio Roma intrattiene con i partiti politici, con le organizzazioni sindacali e le associazioni in genere operanti nel mondo politico relazioni corrette e scevre da discriminazioni, astenendosi dall'erogare finanziamenti.

Confcommercio Roma non eroga quindi contributi di alcun genere, direttamente o indirettamente, a partiti politici, movimenti, comitati ed organizzazioni politiche e sindacali, associazioni portatrici di interessi, né a loro rappresentanti o candidati, sia in Italia che all'estero, ad esclusione dei contributi dovuti sulla base di specifiche normative.

Confcommercio Roma può aderire alle richieste di contributi limitatamente a proposte provenienti da enti e associazioni non profit oppure di valore culturale o benefico. Le attività di sponsorizzazione possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport amatoriale, dello spettacolo e dell'arte.

L'Associazione si astiene dunque dal porre in essere qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici, né accetta segnalazioni per assunzioni, contratti di consulenza o simili.

Regali, omaggi e benefici

Non è ammessa alcuna forma di regalo che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a Confcommercio Roma. In particolare, è vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici italiani ed esteri, revisori, consiglieri di Confcommercio Roma e sue controllate, sindaci o a loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Tale norma, che non ammette deroghe nemmeno in quei paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali è consuetudine, concerne sia i regali promessi o offerti sia quelli ricevuti; si precisa che per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio. In ogni caso, l'Associazione si astiene da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dai codici etici – se noti – delle aziende o degli enti con cui hanno rapporti.

Omaggi e atti di cortesia commerciale o di ospitalità sono consentiti solo se di modico valore e comunque tali da non compromettere la reputazione di una delle parti; in generale il loro valore non

deve eccedere i 200 euro. Devono sempre essere debitamente autorizzati dal responsabile di funzione, il quale provvede a darne preventiva comunicazione alle funzioni di controllo interno dell'Associazione.

I collaboratori di Confcommercio Roma che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite, sono tenuti a darne comunicazione al superiore gerarchico e alle funzioni di controllo interno che ne valutano l'appropriatezza e provvedono, se necessario, a comunicare la politica di Confcommercio Roma in materia.

Comunicazione all'esterno

L'informazione verso l'esterno deve essere veritiera, chiara e trasparente.

La comunicazione di Confcommercio Roma verso i suoi stakeholders è improntata al rispetto del diritto all'informazione e in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi.

Ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale, ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività, salvaguardando, tra le altre, le informazioni price sensitive e i segreti industriali. È evitata ogni forma di pressione o di acquisizione di atteggiamenti di favore da parte dei mezzi di comunicazione.

I rapporti con i mezzi di comunicazione sono riservati esclusivamente alle funzioni aziendali a ciò delegate.

I dipendenti dell'Associazione non possono fornire informazioni ai rappresentanti dei mezzi di comunicazione, né impegnarsi a fornirle senza l'autorizzazione della funzione aziendale competente. I dipendenti di Confcommercio Roma non possono offrire pagamenti, regali o altri vantaggi finalizzati ad influenzare l'attività professionale dei mezzi di comunicazione.

I dipendenti di Confcommercio Roma chiamati a fornire all'esterno notizie riguardanti obiettivi, attività, risultati aziendali, tramite la partecipazione a pubblici interventi, convegni, congressi, seminari o la redazione di articoli, saggi e pubblicazioni in genere, sono tenuti ad ottenere l'autorizzazione del responsabile della struttura organizzativa di appartenenza e del responsabile della comunicazione aziendale circa i testi, le relazioni predisposte e le linee di comunicazione.

Bilancio e gestione trasparente della contabilità

La trasparenza contabile si fonda sulla verità, accuratezza e completezza dell'informazione di base per le relative registrazioni contabili.

Ciascun componente degli organi sociali, del management o dipendente è tenuto a collaborare, nell'ambito delle proprie competenze, per fornire una corretta rappresentazione della situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Associazione, nei documenti interni, nei bilanci e nelle altre comunicazioni sociali, nonché nelle informazioni rivolte agli investitori, al pubblico o alle Autorità di Vigilanza.

È fatto divieto di porre in essere comportamenti che possano arrecare pregiudizio alla trasparenza e tracciabilità dell'informativa di bilancio.

Per ogni operazione è conservata agli atti un'adeguata documentazione di supporto dell'attività svolta, in modo da consentire:

- la puntuale registrazione contabile;
- l'individuazione dei diversi livelli di approvazione e di ripartizione e segregazione dei compiti;
- la ricostruzione accurata dell'operazione, anche per ridurre la probabilità di errori anche materiali o interpretativi.

Ciascuna registrazione deve riflettere esattamente ciò che risulta dalla documentazione di supporto. È compito di tutto il personale dell'Associazione far sì che la documentazione sia facilmente rintracciabile e ordinata secondo criteri logici.

Il Personale dell'Associazione viene a conoscenza di omissioni, falsificazioni, trascuratezze della contabilità o della documentazione su cui le registrazioni contabili si fondano, è tenuto a riferire i fatti al proprio superiore, o all'organo del quale fa parte, ed all'Organismo di Vigilanza.

D. NORME DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE

Gestione del personale

Il Personale di Confcommercio Roma e delle eventuali società controllate è assunto con regolare contratto di lavoro, non essendo tollerata alcuna forma di lavoro irregolare e di sfruttamento.

Confcommercio Roma e le sue controllate evitano qualsiasi forma di discriminazione, sia in fase di selezione che in quella di gestione e sviluppo di carriera del Personale. I profili professionali dei candidati vengono valutati esclusivamente al fine del perseguimento degli interessi aziendali. La funzione Risorse Umane, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta opportune misure per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione.

Confcommercio Roma rifiuta inoltre qualsiasi azione che possa configurare abuso d'autorità e, più in generale, che violi la dignità e l'integrità psico-fisica della persona.

Alla costituzione e nel corso dello svolgimento del rapporto di lavoro, il Personale riceve chiare e specifiche informazioni sugli aspetti normativi e retributivi. Per tutta la durata del rapporto di lavoro, riceve indicazioni che gli consentano di comprendere la natura del proprio incarico e che gli permettano di svolgerlo adeguatamente, nel rispetto della propria qualifica. Al fine di garantire una elevata professionalità, l'Associazione riconosce e valorizza le competenze delle proprie risorse umane, mettendo a disposizione, a livello aziendale, adeguati strumenti di formazione e aggiornamento.

Nel caso di riorganizzazione del lavoro, viene salvaguardato il valore di ciascun Collaboratore, prevedendo, ove necessario, azioni di formazione e di riqualificazione professionale che, nei limiti del possibile, tengano conto delle capacità e legittime aspirazioni di ciascuno.

Il Collaboratore si impegna ad ottemperare, con diligenza e lealtà, agli obblighi relativi al proprio incarico ed è altresì tenuto alla tutela dei beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative.

Condizioni di sicurezza e salute

Confcommercio Roma garantisce ai propri collaboratori un ambiente lavorativo conforme alle vigenti norme in materia di sicurezza e salute, mediante il monitoraggio, la gestione e la prevenzione dei rischi connessi allo svolgimento dell'attività professionale.

Il personale di Confcommercio Roma, nell'ambito delle proprie mansioni, partecipa attivamente al processo di prevenzione dei rischi, di salvaguardia dell'ambiente e dell'incolumità pubblica nonché di tutela della salute e della sicurezza nei confronti di se stessi, dei colleghi e dei terzi.

Tutela della Privacy

Le informazioni riservate che riguardano i collaboratori sono trattate dall'Associazione in conformità alla vigente normativa di riferimento, con modalità idonee ad assicurarne la massima trasparenza ai diretti interessati e l'inaccessibilità a terzi, se non per giustificati ed esclusivi motivi di lavoro.

Confcommercio Roma, adotta idonee e preventive misure di sicurezza per tutte le banche dati nelle quali sono raccolti e custoditi dati personali, al fine di evitare rischi di distruzione, perdite, diffusione o accessi non autorizzati o trattamenti non consentiti.

Integrità nella condotta e dedizione al lavoro

Ogni persona di Confcommercio Roma deve dedicarsi al proprio lavoro e ai propri doveri compiendoli con integrità, rispettando le direttive aziendali, le norme ed i regolamenti, nonché i principi generali del presente Codice Etico. Ogni dipendente e/o collaboratore deve agire lealmente e secondo buona fede, rispettando gli obblighi contrattualmente sottoscritti ed assicurando le prestazioni richieste. Deve, altresì, conoscere ed osservare il contenuto del presente Codice, improntando la propria condotta al rispetto, alla cooperazione ed alla reciproca collaborazione.

Riservatezza delle informazioni

Le attività dell'Associazione comportano l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la diffusione di notizie, documenti e altri dati attinenti negoziazioni, operazioni finanziarie, know-how (contratti, atti, relazioni, appunti, studi, software, etc.) che per accordi contrattuali non possono essere resi noti all'esterno o la cui divulgazione inopportuna o intempestiva potrebbe produrre danni agli interessi dell'Associazione.

Fermi restando la trasparenza delle attività poste in essere e gli obblighi di informazione imposti dalle disposizioni vigenti, è obbligo del personale di Confcommercio Roma di assicurare la riservatezza richiesta dalle circostanze per ciascuna notizia appresa in ragione della propria funzione lavorativa. Le informazioni, conoscenze e dati acquisiti o elaborati durante il proprio lavoro o attraverso le proprie mansioni appartengono all'Associazione e non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate senza specifica autorizzazione del superiore gerarchico responsabile dell'area di appartenenza e comunque sempre nel rispetto delle procedure aziendali specifiche.

Tutela dalle molestie

Confcommercio Roma, nelle relazioni di lavoro, si propone di rappresentare per i dipendenti un luogo di lavoro esente da discriminazioni o molestie illegali, intendendo come tali, a titolo di esempio:

- la creazione di un ambiente di lavoro ostile, intimidatorio o di isolamento nei confronti di singoli o gruppi di lavoratori;
- l'ostacolo a prospettive di lavoro individuali altrui per motivi di competitività personale;
- l'immotivata interferenza con l'esecuzione di prestazioni lavorative altrui.

Non è tollerata alcuna forma di molestia sessuale e devono essere assolutamente evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità delle persone.

Qualsiasi dipendente che ritenga di essere stato molestato dovrà riferirlo alla Funzione Compliance ed all'Organismo di Vigilanza.

III. MODALITÀ DI ATTUAZIONE

Spetta all'Organismo di Vigilanza il compito di verificare ed accertare eventuali violazioni dei doveri previsti nel presente Codice, che dovessero emergere nell'ambito dell'attività di vigilanza. La responsabilità delle suddette verifiche ricade anche sul personale dell'Ente, nonché sugli Organi di Governo e di Controllo dello stesso (Giunta e Revisore Contabile), i quali provvederanno a riferire all'OdV circa l'esito di tali controlli

L'Organismo di Vigilanza trasmette i risultati delle indagini svolte al Presidente e al Collegio dei Revisori dei Conti.

I "Destinatari del presente Codice" sono tenuti a cooperare con l'Organismo di Vigilanza nello svolgimento delle attività demandate, assicurando il libero accesso a tutta la documentazione ritenuta utile.

Le procedure di contestazione delle infrazioni al presente Codice e di irrogazione delle sanzioni conseguenti avverranno nel pieno rispetto delle disposizioni di cui all'art. 7 della Legge 20 maggio 1970, n. 300 e di quanto stabilito da accordi e contratti di lavoro, ove applicabili, in materia di controdeduzioni e diritto alla difesa da parte del soggetto cui è contestata l'infrazione.

Le segnalazioni degli Stakeholder

I "Destinatari del presente Codice" debbono segnalare tempestivamente all'Organismo di Vigilanza qualsiasi violazione del Codice. L'Organismo di Vigilanza provvederà a valutare senza indugio la segnalazione, anche interpellando il mittente, il responsabile della presunta violazione ed ogni soggetto potenzialmente coinvolto.

L'Organismo di Vigilanza si impegna ad assicurare la segretezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge. Le segnalazioni all'Organismo di vigilanza possono essere inviate:

- per posta elettronica, all'indirizzo:
odv@confcommercioroma.it
- per posta ordinaria a:
Organismo di Vigilanza
Confcommercio Roma
Via Marco e Marcelliano, 45
00147 Roma (Rm)
scrivendo sulla busta la dicitura RISERVATA
- segnalazione in forma anonima (whistleblowing):
 - accedere al link: <https://flowcrypt.com/me/odv>
 - digitare il testo nell'apposito riquadro
 - nel riquadro dedicato all'indirizzo email digitare anonimo@anonimo.it
 - inviare la segnalazione

Procedimenti disciplinari e sanzioni

L'Associazione, in relazione alla gravità dell'attività illecita realizzata dal soggetto convenuto, adotterà i provvedimenti ritenuti più opportuni, indipendentemente dall'eventuale esercizio dell'azione penale da parte dell'Autorità Giudiziaria. In particolare, ogni violazione al presente Codice, commessa da dipendenti e/o dirigenti, comporterà l'adozione di provvedimenti disciplinari, proporzionati alla gravità o recidività della mancanza o al grado della colpa, nel rispetto della disciplina di cui all'art. 7 della Legge 20 maggio 1970, n. 300 ed alle disposizioni contenute nei contratti di lavoro applicabili.

L'inosservanza delle regole da parte di soggetti terzi (clienti, fornitori di beni e servizi) può comportare la revoca dell'incarico in caso di violazioni di eccezionale gravità o di commissione dei reati oggetto del Modello così come previsto dal Sistema disciplinare adottato dall'Ente (si rimanda all'Allegato "Sistema disciplinare" del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo applicato da Confcommercio Roma).

Le disposizioni del presente Codice si applicano anche ai prestatori di lavoro temporaneo che saranno tenuti a rispettarne i precetti. Le violazioni del Codice sono sanzionate con provvedimenti

disciplinari adottati nei loro confronti dalle rispettive società di somministrazione del lavoro che sono tenute a detto comportamento sulla base di specifico impegno contrattuale con l'Associazione.

Sanzioni

Relativamente agli Amministratori ed ai Sindaci, la violazione delle norme del presente Codice può comportare l'adozione, da parte del Commissario, di provvedimenti sanzionatori proporzionati in relazione alla gravità o recidività della mancanza o al grado della colpa, sino alla revoca del mandato per giusta causa. In quest'ultima ipotesi, l'Associazione ha diritto ai danni eventualmente patiti a causa della condotta illecita realizzata. Per quanto riguarda i fornitori, i collaboratori ed i consulenti esterni, la violazione dei precetti del presente Codice è sanzionata con la risoluzione dei contratti in essere con gli stessi, ferma restando la facoltà dell'Associazione di richiedere il risarcimento dei danni verificatisi in conseguenza di detti comportamenti.

Comunicazione interna e formazione

È compito dell'Organismo di Vigilanza assicurarsi che il Codice Etico sia portato a conoscenza di tutti i Destinatari interni ed esterni coinvolti nello svolgimento delle attività aziendali. In tal senso Confcommercio Roma predispone apposite ed idonee attività informative (tra le quali, la consegna di una copia del Codice Etico a tutti i Destinatari e la pubblicazione nel sito internet dell'Associazione). Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del presente Codice, l'Associazione si adopererà per favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche attraverso un apposito programma formativo su "D.Lgs 231/2001 e Codice Etico".