

CODICE ETICO



STORICO AGGIORNAMENTI		
REVISIONE	DATA	DESCRIZIONE
0	22.11.2022	Approvato dal C.d.A. di STRATEGIC il 22.11.2022 - Prima adozione
1	04.03.2024	Approvato dal C.d.A. di STRATEGIC il 04.03.2024 - Aggiornamento
2	14.05.2026	Approvato dal C.d.A. di STRATEGIC il 14.05.2026 - Aggiornamento

INDICE

1. PREMESSA	4
2. AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI	4
3. VISIONE ETICA	4
4. COMPORTAMENTI ETICI.....	5
5. I VALORI ETICI GENERALI.....	5
5.1. LEGALITÀ	5
5.2. CORRETTEZZA E ONESTÀ	5
5.3. TRASPARENZA	5
5.4. LEALTÀ	6
5.5. EFFICIENZA	6
5.6. RISERVATEZZA.....	6
5.7. TUTELA DELLA TRASPARENZA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (ANTI-RICICLAGGIO)	6
5.8. ANTICORRUZIONE	6
5.9. VALORIZZAZIONE PROFESSIONALE, COLLABORAZIONE TRA COLLEGHI E RISPETTO DELLA DIGNITÀ DELLA PERSONA	6
5.10. CONCORRENZA.....	7
5.11. TUTELA DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	7
5.12. TUTELA DELL'AMBIENTE	7
6. NORME DI COMPORTAMENTO.....	7
6.1. RAPPORTI IN GENERALE CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE.....	7
6.2. REGOLE DI CONDOTTA RELATIVE AI RISCHI DI CORRUZIONE E CONCUSSIONE	8
6.3. CORRUZIONE TRA PRIVATI	8
6.4. ISTIGAZIONE ALLA CORRUZIONE FRA PRIVATI	8
6.5. CORRETTEZZA NEI RAPPORTI COMMERCIALI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	8
6.6. CONDOTTA RELATIVA ALLE DICHIARAZIONI E ATTESTAZIONI VERSO LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	8

6.7.	UTILIZZO DI CONTRIBUTI E FINANZIAMENTI PUBBLICI	8
6.8.	DATI E SISTEMI INFORMATICI	8
6.9.	OMAGGI, REGALIE E ALTRE FORME DI BENEFICI	9
6.10.	BENEFICENZA E SPONSORIZZAZIONI	9
6.11.	CRITERI DI CONDOTTA RELATIVI AD ATTIVITÀ DI NATURA CONTABILE, AMMINISTRATIVA, FINANZIARIA.....	9
6.12.	CRITERI DI CONDOTTA IN MATERIA DI PREVENZIONE DEL RICICLAGGIO.....	10
6.13.	CRITERI DI CONDOTTA PER IL RISPETTO DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO E DELLE DISPOSIZIONI AMBIENTALI	10
6.14.	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE	11
7.	DOVERI DEI DIPENDENTI	11
7.1.	CONFLITTO DI INTERESSI.....	11
7.2.	TUTELA DEI BENI AZIENDALI	11
7.3.	GESTIONE DELLE INFORMAZIONI	11
7.4.	OBBLIGHI DI INFORMAZIONE	12
8.	RAPPORTI ESTERNI	12
8.1.	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI	12
8.1.1.	ATTIVAZIONE E MANTENIMENTO DELLE RELAZIONI COMMERCIALI	12
8.1.2.	RAPPORTI CON I CLIENTI.....	12
8.1.3.	CONTRATTI, ACCORDI E COMUNICAZIONI AI CLIENTI.....	12
8.2.	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI.....	13
8.3.	CRITERI DI CONDOTTA NEI CONFRONTI DI AGENTI, RAPPRESENTANTI, DISTRIBUTORI E PARTNERS.....	13
9.	ATTUAZIONE E CONTROLLO SUL RISPETTO DEL CODICE ETICO	13
9.1.	SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI	13
9.2.	PROVVEDIMENTI.....	14
9.3.	CONOSCENZA E DIFFUSIONE	14

1. PREMESSA

Il presente Codice di Comportamento (di seguito “Codice”) deve ritenersi parte integrante del Codice Etico di AssoConsult predisposto dall’Associazione Federativa di Imprese di Consulenza, che qui si intende integralmente richiamato.

Il Codice esprime i principi e valori ai quali STRATEGIC MANAGEMENT PARTNERS S.r.l. (di seguito “STRATEGIC” o la “Società”) uniforma le proprie attività, operazioni, comportamenti e rapporti, sia all’interno sia all’esterno dell’organizzazione aziendale.

La Società si impegna a garantire una puntuale diffusione interna ed esterna del Codice Etico mediante:

- distribuzione ai componenti degli Organi Sociali e a tutto il personale;
- pubblicazione sul portale aziendale “Compass”;
- pubblicazione sul sito web per la fruizione dei terzi.

Nei contratti con i terzi è prevista l’introduzione di clausole e/o la sottoscrizione di dichiarazioni volte sia a formalizzare l’impegno al rispetto del Codice Etico, sia a disciplinare le sanzioni di natura contrattuale per l’ipotesi di violazione di tale impegno.

2. AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI

Il presente Codice Etico si applica a:

- i rappresentanti degli Organi Sociali e a tutti coloro che rivestono funzioni di amministrazione o direzione o controllo della Società ovvero di rappresentanza, compresi terzi soggetti che operano per conto della Società; i partner e dirigenti devono, inoltre, costituire, attraverso il proprio comportamento, un modello di riferimento per il personale;
- i dipendenti e collaboratori, i quali sono tenuti ad agire nel rispetto del Codice e a segnalare al Comitato Etico eventuali infrazioni;
- i fornitori di beni e servizi, i quali devono essere opportunamente informati delle regole di condotta contenute nel Codice e uniformarvi i propri comportamenti per tutta la durata del rapporto contrattuale con la Società.

I soggetti tenuti al rispetto del Codice sono, di seguito, definiti “Destinatari”.

3. VISIONE ETICA

La filosofia di STRATEGIC mira ad uno sviluppo aziendale sostenibile in termini economici, sociali e ambientali.

Ciò significa essere competitivi, innovativi, creare valore, non solo attraverso l’efficienza delle attività consulenziali, ma anche attraverso la continua soddisfazione dei bisogni dei clienti, l’impegno sociale, il rispetto etico di ogni interlocutore interno ed esterno, la salvaguardia dell’ambiente e l’attenzione per il territorio circostante.

STRATEGIC aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i propri stakeholder, ossia con le categorie di individui, gruppi o istituzioni, il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di STRATEGIC che hanno comunque un interesse nelle attività della società. Sono stakeholder coloro che compiono investimenti connessi alle attività di STRATEGIC, quindi in primo luogo i soci ed inoltre i dipendenti, i collaboratori, i clienti, i fornitori e i partner. In senso allargato, sono inoltre stakeholder tutti quei singoli o gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività di STRATEGIC, quali le comunità locali e nazionali in cui STRATEGIC opera.

La ricerca di un rapporto corretto e trasparente con gli stakeholders eleva, garantisce e protegge la reputazione della Società nel contesto sociale in cui essa opera. Questo Codice è pertanto improntato ad un ideale di cooperazione orientato alla tutela del reciproco rispetto e vantaggio delle parti coinvolte.

4. COMPORAMENTI ETICI

Con comportamento etico si intende il modo di agire che realizza il sistema di valori dell'azienda definito nel presente Codice. All'opposto, non sono etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti prevenuti e ostili nei confronti dell'impresa, i comportamenti di chiunque, singolo o organizzazione, cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza.

Nella conduzione delle attività aziendali i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra STRATEGIC e i propri stakeholder. STRATEGIC richiede perciò a tutte le parti interessate con le quali è in relazione di agire secondo principi e regole ispirate ad un ideale di condotta etica.

5. I VALORI ETICI GENERALI

L'attività svolta da STRATEGIC trova fondamento sui seguenti principi etici: legalità, correttezza e onestà, trasparenza, lealtà, efficienza, riservatezza, tutela della trasparenza nelle transazioni commerciali, anticorruzione, valorizzazione professionale, collaborazione tra colleghi e rispetto della dignità della persona, libera concorrenza, salute e sicurezza sul lavoro, rispetto dell'ambiente.

I suddetti principi influenzano l'operato di tutti i destinatari delle disposizioni del Codice.

5.1. LEGALITÀ

I Destinatari del presente Codice sono tenuti:

- al rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti nei Paesi in cui operano, nonché delle norme aziendali interne;
- ad acquisire con diligenza la necessaria conoscenza delle norme di legge applicabili allo svolgimento delle proprie funzioni;
- ciascun dipendente è altresì tenuto ad osservare, oltre ai principi generali di diligenza e fedeltà di cui agli artt. 2104 e 2105 del Codice civile, anche le prescrizioni comportamentali contenute nel CCNL applicabile.

5.2. CORRETTEZZA E ONESTÀ

Il principio di correttezza e onestà costituisce valore fondamentale nella gestione organizzativa e implica il rispetto dei diritti di tutti i soggetti coinvolti nell'attività della Società.

Ogni attività compiuta dai Destinatari deve essere coerente con la missione e la tutela della Società, secondo le leggi nazionali, i principi generali, i regolamenti e le procedure interne. Tutti i Destinatari, qualunque sia la natura e la durata del contratto di lavoro, sono tenuti nei rapporti d'affari con terzi ad un comportamento etico e rispettoso delle leggi, improntato alla massima trasparenza, correttezza, efficienza.

I Destinatari devono avere la consapevolezza del significato etico delle proprie azioni e non devono perseguire l'utile personale o aziendale in violazione delle leggi vigenti o delle norme del presente Codice.

Il perseguimento dell'interesse di STRATEGIC non può mai giustificare una condotta contraria ai principi di correttezza ed onestà.

5.3. TRASPARENZA

Il principio della trasparenza richiede ed impone che ogni atto o comunicazione aziendale sia caratterizzato da veridicità, chiarezza, completezza, uniformità e tempestività.

L'osservanza di tale principio implica l'impegno a fornire le dovute informazioni, sia all'esterno che all'interno della Società, in modo chiaro e completo, adottando modalità comunicative, verbali o scritte, che siano di facile ed immediata comprensione.

Trasparenza significa anche assicurare la ricostruzione, tramite procedure e atti scritti o supporto documentale, delle fasi e dei controlli che hanno condotto all'assunzione di decisioni o alla divulgazione di informazioni o all'esecuzione di operazioni. Nelle informazioni rese nei confronti dei clienti e nella formulazione dei contratti, la Società adotta uno stile che risulti chiaro, comprensibile e non fuorviante.

5.4. LEALTÀ

Nei rapporti con i terzi, la Società si impegna ad agire in modo corretto e onesto evitando di fornire informazioni ingannevoli e di porre in essere comportamenti tali da trarre indebito vantaggio da altrui posizioni di debolezza o di non conoscenza. La Società, nella ricerca della massimizzazione dei propri risultati economici, è impegnata a stabilire corrette relazioni commerciali con i terzi, rapporti duraturi con clienti e fornitori e adeguati riconoscimenti del contributo dei propri collaboratori.

Tutti i rapporti devono essere improntati alla massima lealtà che significa fedeltà alla parola data ed ai patti, agire con senso di responsabilità, evitare conflitti di interessi, valorizzazione e salvaguardia del patrimonio aziendale, applicazione di completa buona fede in ogni attività o decisione intrapresa.

5.5. EFFICIENZA

Il principio dell'efficienza richiede che in ciascuna attività lavorativa sia posta la migliore qualità professionale secondo gli standard più avanzati di ciascun settore e profilo di attività.

Nelle prestazioni e nell'erogazione dei servizi, dovranno sempre essere perseguiti l'impegno ad offrire un prodotto adeguato alle esigenze del cliente e a garantire gli standard più avanzati di economicità nella gestione delle risorse impiegate.

5.6. RISERVATEZZA

I Destinatari assicurano la massima riservatezza delle informazioni acquisite in occasione delle attività compiute per conto della Società.

I Destinatari sono tenuti a trattare dati e informazioni aziendali esclusivamente nell'ambito e per i fini delle proprie attività lavorative e comunque, a non divulgare (comunicare, diffondere o pubblicare in alcun modo) informazioni sensibili senza l'esplicito consenso degli interessati né informazioni riservate senza l'autorizzazione della Società, nonché a rispettare la normativa ed i provvedimenti applicati per il rispetto del D.lgs.196/03 (Codice in materia di protezione dei dati personali) e del Regolamento Europeo 2016/679.

5.7. TUTELA DELLA TRASPARENZA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (ANTI-RICICLAGGIO)

STRATEGIC adotta come principio la massima trasparenza nelle transazioni commerciali e predispone gli strumenti opportuni al fine di contrastare i fenomeni del riciclaggio e della ricettazione.

Deve essere garantito il rispetto dei principi di correttezza, trasparenza e buona fede nei rapporti con tutte le controparti contrattuali.

5.8. ANTICORRUZIONE

STRATEGIC condanna tutte le pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni dirette e/o indirette di vantaggi personali.

Non è ammessa alcuna forma di offerta o promessa di denaro o di beni o di benefici futuri (ad es. prestazioni o favori) di qualsiasi natura da o verso terzi (con particolare riferimento a funzionari pubblici italiani ed esteri, loro parenti e affini) che possa essere, anche solo indirettamente, interpretata come eccedente le normali manifestazioni di cortesia ammesse nella prassi commerciale o comunque mirante ad ottenere trattamenti di favore nella conduzione degli affari.

Le uniche forme di cortesia ammesse devono rientrare nel concetto di modico valore, le stesse devono comunque essere autorizzate dalla Direzione di STRATEGIC e supportate da idonea documentazione.

5.9. VALORIZZAZIONE PROFESSIONALE, COLLABORAZIONE TRA COLLEGHI E RISPETTO DELLA DIGNITÀ DELLA PERSONA

Le risorse umane costituiscono il fattore primario e fondamentale per lo sviluppo e la crescita delle attività aziendali e, su questo presupposto, la Società tutela e promuove la crescita professionale allo scopo di accrescere il patrimonio di competenze possedute.

In tale ottica, STRATEGIC promuove altresì lo sviluppo e la valorizzazione delle competenze, delle aspirazioni e delle aspettative di apprendimento, sviluppo di carriera ed accrescimento professionale ed etico comportamentale del singolo dipendente.

I comportamenti tra i dipendenti, a tutti i livelli e gradi di responsabilità, sono costantemente e reciprocamente mirati ad agevolare la migliore prestazione possibile e favorire il mantenimento di un ambiente lavorativo sereno, collaborativo ed inclusivo

STRATEGIC rispetta i diritti fondamentali delle persone tutelandone l'integrità morale e garantendo eguali opportunità di accesso alle funzioni di responsabilità aziendale; promuove la parità di genere e la valorizzazione della diversità

Nelle relazioni, sia interne che esterne, non sono ammessi comportamenti che abbiano un contenuto discriminatorio basato su: razza, colore, dati genetici, origini etniche o nazionali, cittadinanza, sesso, gravidanza, maternità, stato civile o familiare, età, disabilità mentale o fisica, orientamento sessuale, identità o espressione di genere, idee politiche e sindacali, religione, credo o qualsiasi altra caratteristica protetta dalle leggi locali applicabili.

STRATEGIC, pertanto, non tollera azioni volte ad arrecare molestia, violenza, minaccia di qualsiasi tipo ad un dipendente o collaboratore, siano esse effettuate da un altro dipendente, da un cliente o da un fornitore.

STRATEGIC si impegna a non creare un ambiente di lavoro intimidatorio, astioso, di isolamento o comunque discriminatorio, anche attraverso l'uso di un linguaggio ostile e non inclusivo, nei confronti di singoli o gruppi di dipendenti e/o collaboratori.

5.10. CONCORRENZA

STRATEGIC intende sviluppare il valore della concorrenza operando secondo principi di correttezza, leale competizione e trasparenza nei confronti di tutti gli operatori presenti sul mercato, assicurando sempre il mantenimento di condizioni paritetiche.

5.11. TUTELA DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

STRATEGIC si impegna a predisporre e mantenere ambienti di lavoro sicuri e salubri nel rispetto della normativa antinfortunistica vigente, nonché a diffondere e consolidare una cultura della Sicurezza e Salute sul lavoro sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori. A tal fine STRATEGIC realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa specifici per la salute e la sicurezza sul lavoro.

Tutti i dipendenti, collaboratori e terzi sono tenuti allo scrupoloso rispetto di tutte le misure richieste dalle procedure e dai regolamenti interni STRATEGIC in tema di Salute e Sicurezza sul lavoro. In particolare, a ciascuno è richiesto di segnalare al diretto superiore osservazioni relative a disfunzioni o possibili miglioramenti.

5.12. TUTELA DELL'AMBIENTE

Tutte le attività di STRATEGIC devono essere svolte in modo da essere conformi a quanto previsto dalle norme in materia ambientale.

STRATEGIC riconosce alla salvaguardia dell'ambiente un'importanza fondamentale ed attua un percorso di miglioramento continuo della qualità e della gestione ambientale.

6. NORME DI COMPORTAMENTO

6.1. RAPPORTI IN GENERALE CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Per Pubblica Amministrazione si intende, oltre a qualsiasi Ente pubblico, qualsiasi agenzia amministrativa indipendente, persona, fisica o giuridica, che agisce in qualità di pubblico ufficiale o di incaricato di pubblico servizio. Nella definizione di Ente pubblico sono altresì compresi quei soggetti privati che, per ragioni preminenti di ordine politico-economico, adempiono ad una funzione pubblicistica posta a presidio della tutela di interessi generali, come gli enti gestori dei mercati regolamentati, nonché le pubbliche amministrazioni straniere.

Tutti i rapporti con la Pubblica Amministrazione devono essere gestiti dalle funzioni aziendali a ciò espressamente delegate e autorizzate e devono svolgersi nel pieno rispetto delle normative applicabili.

6.2. REGOLE DI CONDOTTA RELATIVE AI RISCHI DI CORRUZIONE E CONCUSSIONE

Non è ammesso né direttamente, né indirettamente, né per il tramite di interposta persona, offrire o promettere denaro, doni o compensi, sotto qualsiasi forma, né esercitare illecite pressioni, né promettere qualsiasi oggetto, servizio, prestazione o favore a dirigenti, funzionari o dipendenti della Pubblica Amministrazione ovvero a soggetti incaricati di pubblico servizio o a loro parenti o conviventi allo scopo di ottenere un trattamento più favorevole per la Società in relazione al tipo di rapporto intrattenuto con l'Amministrazione stessa.

Chiunque ricevesse richieste esplicite o implicite di benefici di qualsiasi natura da parte di soggetti della Pubblica Amministrazione come sopra definiti, dovrà immediatamente: sospendere ogni rapporto con essi; informare per iscritto il proprio responsabile aziendale, l'Anti-corruption Officer e il Consiglio di Amministrazione.

Le prescrizioni indicate non devono essere eluse ricorrendo a forme diverse di aiuti o contribuzioni che, sotto la veste di promessa di lavoro, incarichi, consulenze, pubblicità o altro, abbiano finalità analoghe a quelle vietate.

6.3. CORRUZIONE TRA PRIVATI

È vietato offrire, promettere o dare – anche per interposta persona – denaro od altre utilità non dovuti ai soggetti apicali, ai loro sottoposti, ai Sindaci o ai liquidatori, di società o enti privati, affinché compiano od omettano un atto in violazione dei loro obblighi di fedeltà, ovvero degli obblighi inerenti al loro ufficio.

6.4. ISTIGAZIONE ALLA CORRUZIONE FRA PRIVATI

È vietato offrire o promettere denaro od altre utilità non dovuti ai soggetti apicali, ai Sindaci o ai liquidatori, di società o enti privati, affinché compiano od omettano un atto in violazione dei loro obblighi di fedeltà, ovvero degli obblighi inerenti al loro ufficio, qualora l'offerta o la promessa non venga accettata.

6.5. CORRETTEZZA NEI RAPPORTI COMMERCIALI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Nel caso di rapporti commerciali con la Pubblica Amministrazione, compresa la partecipazione a gare pubbliche, è necessario operare sempre nel rispetto della legge e della corretta prassi commerciale.

In particolare, non dovranno essere intraprese né direttamente, né indirettamente, le seguenti azioni:

- proporre o prendere in considerazione opportunità di impiego o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della P.A. a titolo personale;
- offrire o fornire omaggi che non siano di modico valore secondo la prassi aziendale;
- ottenere o utilizzare informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione delle parti.

6.6. CONDOTTA RELATIVA ALLE DICHIARAZIONI E ATTESTAZIONI VERSO LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Non è consentito utilizzare o presentare dichiarazioni o documenti falsi o attestanti cose non vere, ovvero omettere informazioni per conseguire, a vantaggio o nell'interesse della Società, contributi, finanziamenti o altre erogazioni comunque denominate concesse dallo Stato, da un Ente Pubblico o dall'Unione Europea.

È vietato indurre chiunque in errore, con artifici o raggiri, per procurare alla Società un ingiusto profitto con altrui danno. La violazione di tale divieto è ancora più grave se ad essere indotto in errore è lo Stato o un ente pubblico.

6.7. UTILIZZO DI CONTRIBUTI E FINANZIAMENTI PUBBLICI

È vietato utilizzare contributi, finanziamenti, o altre erogazioni comunque denominate, qualora concesse a STRATEGIC dallo Stato, da un Ente Pubblico o dall'Unione Europea, per scopi diversi da quelli per i quali gli stessi sono stati assegnati.

6.8. DATI E SISTEMI INFORMATICI

È vietato alterare in qualsiasi modo il funzionamento di un sistema informatico o telematico o intervenire illegalmente con qualsiasi modalità sui dati, informazioni e programmi in esso contenuti o ad esso pertinenti, al fine di conseguire un ingiusto profitto con altrui danno.

Il divieto è rafforzato se ad essere danneggiato è lo Stato o un ente pubblico.

6.9. OMAGGI, REGALIE E ALTRE FORME DI BENEFICI

Non è consentito offrire/ricevere direttamente o indirettamente denaro, regali, o benefici di qualsiasi natura a titolo personale a/da dirigenti, funzionari o impiegati di clienti, fornitori appartenenti ad altre Società ovvero ad enti della Pubblica Amministrazione, Istituzioni Pubbliche o altre Organizzazioni allo scopo di trarre indebiti vantaggi ovvero di influenzare l'autonomia di giudizio del destinatario.

Non è consentito ricevere direttamente o indirettamente beni o altre utilità di qualsiasi genere, anche ripetuti, il cui valore complessivo superi il limite di euro 200.

Non è consentito effettuare o acconsentire ad elargizioni o promesse di denaro, beni o altre utilità di qualsiasi genere con soggetti rappresentanti o dipendenti di altre società, anche clienti o fornitori, finalizzate ad ottenere favori indebiti o comunque benefici in violazione di norme di legge.

È, altresì, vietato adottare forme indirette di corruzione nei confronti di persone vicine al soggetto che si intende corrompere, non essendo in alcun modo consentito eludere i principi del Codice Etico tramite comportamenti a prima vista legittimi ma che nascondono finalità illecite.

Atti di cortesia, come omaggi e forme di ospitalità sono consentiti, purché di modico valore e tali da poter essere considerati usuali in relazione alla ricorrenza, da non compromettere l'integrità e la reputazione e da non influenzare l'autonomia di giudizio del destinatario. In ogni caso, tali spese:

- non devono superare il limite di euro 200;
- se ripetute nel corso dell'anno, l'ammontare delle spese non può superare complessivamente il limite di euro 200;
- non devono essere effettuate durante o immediatamente prima o dopo trattative per appalti;
- devono essere autorizzate secondo specifiche procedure aziendali;
- devono essere documentate in modo adeguato;
- devono essere sostenute tenendo conto del ruolo, dell'anzianità lavorativa e del settore di appartenenza del beneficiario.

6.10. BENEFICENZA E SPONSORIZZAZIONI

STRATEGIC può effettuare contributi limitatamente a enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti e atti costitutivi, che siano di elevato valore culturale, sociale o benefico.

Eventuali attività di sponsorizzazione, riconducibili ad esempio a temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, possono essere destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità ed affidabilità della controparte.

In ogni caso, nella scelta delle proposte cui aderire, STRATEGIC presta particolare attenzione verso ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale.

Ulteriori principi attinenti al ricorso a erogazioni liberali e sponsorizzazioni sono declinati nel documento di "Politica per la prevenzione della Corruzione".

6.11. CRITERI DI CONDOTTA RELATIVI AD ATTIVITÀ DI NATURA CONTABILE, AMMINISTRATIVA, FINANZIARIA

A tutti i soggetti (dipendenti e/o consulenti) che a qualunque titolo, anche quali meri fornitori di dati, siano coinvolti nella formazione del bilancio e di documenti similari o, comunque, di documenti che rappresentino la situazione economica, patrimoniale o finanziaria della Società, nonché in particolare agli amministratori, ai Sindaci e a chi ricopre posizioni apicali:

- è fatto obbligo di fornire la massima collaborazione per gli aspetti specifici, di garantire la completezza e la chiarezza delle informazioni fornite nonché l'accuratezza dei dati e delle elaborazioni;
- è vietato esporre fatti non rispondenti al vero, anche se oggetto di valutazione, ovvero omettere informazioni od occultare dati in violazione diretta o indiretta dei principi normativi e delle regole procedurali interne, in modo da indurre in errore i destinatari dei sopra menzionati documenti.

L'eventuale condotta illecita sarà considerata come commessa in danno alla Società stessa.

È vietato impedire o comunque ostacolare lo svolgimento delle attività di controllo o di revisione legalmente attribuite ai soci.

È vietato determinare la maggioranza in assemblea con atti simulati o fraudolenti.

A tutti coloro che hanno rapporti con Autorità Pubbliche di Vigilanza, nonché agli Amministratori, ai Sindaci e a chi ricopre

posizioni apicali, è vietato ostacolarne le funzioni.

È altresì vietato, nelle comunicazioni alle predette autorità, esporre fatti non corrispondenti al vero, anche se oggetto di valutazione, sulla situazione economica, patrimoniale o finanziaria della Società, o occultare con altri mezzi fraudolenti, in tutto o in parte, fatti inerenti alla situazione medesima che avrebbero dovuto essere comunicati.

La contabilità dell'azienda risponde ai principi generalmente accolti di verità, accuratezza, completezza e trasparenza del dato registrato. I destinatari del presente Codice Etico si impegnano ad astenersi da qualsiasi comportamento, attivo o omissivo, che violi direttamente o indirettamente i principi normativi e/o le procedure interne che attengono la formazione dei documenti contabili e la loro rappresentazione all'esterno. I destinatari del presente Codice Etico sono altresì tenuti a conservare e rendere disponibile, per ogni operazione o transazione effettuata, adeguata documentazione di supporto, al fine di consentire:

- l'accurata registrazione contabile;
- l'immediata individuazione delle caratteristiche e delle motivazioni sottostanti;
- l'agevole ricostruzione formale e cronologica;
- la verifica del processo di decisione, autorizzazione e realizzazione, in termini di legittimità, coerenza e congruità, nonché l'individuazione dei vari livelli di responsabilità.

I destinatari del presente Codice Etico che vengano a conoscenza di casi di omissione, falsificazione o trascuratezza nelle registrazioni contabili o nelle documentazioni di supporto sono tenuti a riferirne tempestivamente al proprio superiore o al Comitato Etico.

STRATEGIC promuove la formazione e l'aggiornamento al fine di rendere edotti i destinatari del presente Codice Etico in ordine alle regole (norme di legge o di regolamento, prescrizioni interne, disposizione delle associazioni di categoria) che presiedono alla formazione ed alla gestione della documentazione contabile.

6.12. CRITERI DI CONDOTTA IN MATERIA DI PREVENZIONE DEL RICICLAGGIO

I destinatari, nell'ambito dei diversi rapporti instaurati con la Società, non dovranno in alcun modo e in alcuna circostanza essere implicati in vicende connesse al riciclaggio di denaro proveniente da attività criminali o alla ricettazione di beni o altre utilità di provenienza illecita. Gli stessi sono tenuti, inoltre, a verificare preventivamente le informazioni disponibili sulle controparti commerciali, fornitori, partner, collaboratori e consulenti, al fine di accertare la relativa rispettabilità prima di instaurare, con essi, rapporti di affari.

STRATEGIC si impegna a rispettare tutte le norme e disposizioni sia nazionali che internazionali, in materia di lotta al riciclaggio.

6.13. CRITERI DI CONDOTTA PER IL RISPETTO DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO E DELLE DISPOSIZIONI AMBIENTALI

Il tema della Salute e Sicurezza sul lavoro e della salvaguardia dell'ambiente sono principi inderogabili nell'attività di STRATEGIC, che orientano le decisioni aziendali e i comportamenti individuali di tutti i dipendenti.

In ambito Sicurezza, STRATEGIC adotta i seguenti principi e criteri fondamentali in base ai quali vengono prese le decisioni:

- evitare i rischi;
- valutare i rischi che non possono essere evitati;
- combattere i rischi alla fonte;
- adeguare il lavoro all'uomo, in particolare per quanto concerne la concezione dei posti di lavoro e la scelta delle attrezzature di lavoro e dei metodi di lavoro, soprattutto per attenuare il lavoro monotono e il lavoro ripetitivo e per ridurre gli effetti di questi lavori sulla salute;
- tener conto del grado di evoluzione della tecnica;
- sostituire ciò che è pericoloso con ciò che non è pericoloso o che è meno pericoloso;
- programmare la prevenzione, mirando ad un complesso coerente che integri nella medesima la tecnica, l'organizzazione del lavoro, le condizioni di lavoro, le relazioni sociali e l'influenza dei fattori dell'ambiente di lavoro;
- impartire adeguate istruzioni ai lavoratori.

In tema ambiente, l'uso, nel rispetto delle previsioni contrattuali, di processi, tecnologie e materiali che consentano la riduzione dei consumi delle risorse naturali e che comportino il minor impatto ambientale.

Tutte le attività di STRATEGIC devono essere svolte in modo da essere conformi a quanto previsto dalle norme in materia ambientale e di sicurezza sul lavoro. I destinatari del presente Codice sono tenuti a compartecipare, con il proprio operato, alla realizzazione degli obiettivi ambientali e di sicurezza che, annualmente, STRATEGIC si impone.

6.14. CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE

La valutazione del personale da assumere viene effettuata in STRATEGIC in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi ed alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati.

Le informazioni richieste in fase di selezione e assunzione sono strettamente collegate alla verifica di aspetti previsti dal profilo professionale e psicoattitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato.

Nelle fasi di selezione e assunzione la funzione aziendale preposta, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta comportamenti per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo.

STRATEGIC evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei propri dipendenti.

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro, non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare.

Il personale proveniente da Paesi terzi deve essere munito di regolare permesso di soggiorno per poter lavorare in STRATEGIC.

7. DOVERI DEI DIPENDENTI

7.1. CONFLITTO DI INTERESSI

Tutti i dipendenti di STRATEGIC sono tenuti ad evitare situazioni da cui possano scaturire conflitti di interessi e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

Nel caso in cui si manifesti anche solo l'apparenza di un conflitto di interessi il dipendente è tenuto a darne comunicazione al proprio diretto responsabile, il quale deve informare la Direzione per valutarne l'effettiva presenza.

7.2. TUTELA DEI BENI AZIENDALI

Ogni dipendente è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali assegnati nonché impedirne l'uso fraudolento o improprio, attraverso comportamenti responsabili e in linea con gli obiettivi e le norme operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego.

L'utilizzo degli strumenti aziendali da parte dei dipendenti e/o consulenti dell'azienda deve essere funzionale ed esclusivo allo svolgimento delle attività lavorative o agli scopi autorizzati dalle funzioni interne preposte.

Per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ogni collaboratore è tenuto a:

- adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici;
- rendere visione ed accettare quanto previsto dal regolamento sulla gestione dei dati informatici della società STRATEGIC;
- non navigare su siti internet con contenuti indecorosi, offensivi e comunque non nell'interesse della propria attività.

7.3. GESTIONE DELLE INFORMAZIONI

Il dipendente deve conoscere e attuare quanto previsto dalle politiche e dalle norme aziendali in tema di sicurezza delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità. Le informazioni acquisite nello svolgimento delle attività assegnate devono rimanere strettamente riservate e opportunamente protette e non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate, sia all'interno, sia all'esterno della Società, se non nel rispetto della normativa vigente e delle procedure aziendali. Tale obbligo dovrà perdurare anche in caso di cessazione, per qualsiasi motivo, del rapporto lavorativo.

7.4. OBBLIGHI DI INFORMAZIONE

I dipendenti sono tenuti ad informare adeguatamente ogni parte terza con la quale vengano in contatto nell'ambito dell'attività lavorativa, circa l'esistenza del Codice Etico e gli impegni e obblighi che esso impone ai soggetti esterni.

È, inoltre, fatto obbligo di segnalare al Consiglio di Amministrazione eventuali violazioni ovvero istruzioni ricevute contrastanti con la Legge, con il contenuto dei contratti di lavoro, con la normativa interna o con il presente Codice Etico.

È vietata qualsiasi forma di ritorsione nei confronti di chi ha fatto segnalazioni, in buona fede, di possibili violazioni del Codice Etico presente in azienda.

È, altresì, vietato accusare altri dipendenti di violazioni con la consapevolezza che queste non sussistono.

In ogni caso, qualora si verificasse una delle circostanze suesposte (ritorsioni/accuse infondate), è prevista l'adozione di sanzioni disciplinari.

8. RAPPORTI ESTERNI

8.1. CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI

8.1.1. ATTIVAZIONE E MANTENIMENTO DELLE RELAZIONI COMMERCIALI

Nell'avviare relazioni commerciali con nuovi clienti e nella gestione di quelle già in essere è fatto divieto, sulla base delle informazioni pubbliche e/o disponibili nel rispetto delle normative vigenti, di instaurare e mantenere rapporti:

- con soggetti implicati in attività illecite, in particolare connesse ai reati previsti dal D.lgs. n. 231/2001 e, comunque, con soggetti privi dei necessari requisiti di serietà ed affidabilità commerciale;
- con soggetti che, anche in modo indiretto, ostacolano lo sviluppo umano e contribuiscono a non rispettare la dignità umana e la personalità individuale e/o a violare i diritti fondamentali della persona (ad es. sfruttando il lavoro minorile, favorendo il traffico di migranti ovvero il turismo sessuale, ecc.);
- con soggetti che non si impegnino formalmente con la Società, ad esempio in ambito contrattuale, a rispettare la normativa di legge vigente in materia di lavoro, con particolare attenzione alla salute e sicurezza dei lavoratori, nonché in generale tutti i principi previsti dal presente Codice Etico.

8.1.2. RAPPORTI CON I CLIENTI

Professionalità, competenza, disponibilità, correttezza, buona fede e rispetto degli impegni assunti rappresentano i principi guida e lo stile di comportamento da seguire nei rapporti con i clienti.

Le politiche commerciali devono essere conformi alle normative applicabili nei diversi Paesi e devono essere attuate sulla base di documentazione atta a comprovare i diritti delle parti.

Per tutelare l'immagine e la reputazione dell'azienda è indispensabile che i rapporti con i clienti, compresi i messaggi pubblicitari, siano improntati:

- alla piena trasparenza e correttezza;
- al rispetto della legge.

8.1.3. CONTRATTI, ACCORDI E COMUNICAZIONI AI CLIENTI

I contratti, gli accordi e le comunicazioni alla clientela devono essere:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente utilizzato dagli interlocutori;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- conformi alle politiche commerciali aziendali ed ai parametri in esse definiti;
- completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente.

Scopi e destinatari delle comunicazioni devono determinare, di volta in volta, la scelta dei canali di contatto più idonei alla trasmissione dei contenuti, impegnandosi a non utilizzare strumenti pubblicitari ingannevoli o non veritieri.

8.2. CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI

I processi di approvvigionamento di beni e servizi sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società e alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore. Sono altresì fondati su comportamenti precontrattuali e contrattuali tenuti nell'ottica di un'indispensabile e reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

In particolare, i dipendenti di STRATEGIC addetti a tali processi sono tenuti a:

- non precludere ad alcuno, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili;
- assicurare in fase di selezione del fornitore una concorrenza sufficiente considerando una rosa adeguata di candidati.

Eventuali deroghe devono essere autorizzate e documentate.

È vietato ai dipendenti ottenere vantaggi per sé o per altri quale conseguenza diretta o indiretta dei rapporti con i fornitori. Nel caso in cui un fornitore adotti comportamenti non in linea con i principi del presente Codice, STRATEGIC sarà legittimata a prendere gli opportuni provvedimenti, fino a precludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

Le violazioni dei principi stabiliti dal Codice Etico comportano, infatti, meccanismi sanzionatori. A tal fine, nei singoli contratti, sono previste apposite clausole finalizzate a garantire il rispetto del Codice Etico nell'ambito delle forniture.

8.3. CRITERI DI CONDOTTA NEI CONFRONTI DI AGENTI, RAPPRESENTANTI, DISTRIBUTORI E PARTNERS

I processi di selezione e scelta di agenti, rappresentanti, distributori e partners sono uniformati a principi di legalità, correttezza e trasparenza. Ad essi sono fornite istruzioni e comunicazioni al fine di evitare pratiche commerciali scorrette. I contratti prevedono, per quanto possibile, apposite clausole anticorruzione e l'obbligo di rispettare Codice Etico.

È vietato ad agenti, rappresentanti, distributori e partners qualunque forma di donazione, beneficio o utilità o promessa di tali vantaggi, rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione delle attività collegabili a STRATEGIC.

9. ATTUAZIONE E CONTROLLO SUL RISPETTO DEL CODICE ETICO

Il presente Codice Etico è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di STRATEGIC il 04.03.2024.

Eventuali modifiche e/o aggiornamenti sono approvati dal medesimo organo sociale e prontamente comunicati ai soggetti interessati.

9.1. SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI

I destinatari che vengano a conoscenza di un fatto e/o di una circostanza idonei ad integrare una violazione o pericolo di violazione del presente Codice Etico, sono tenuti a darne tempestiva segnalazione al Comitato Etico.

STRATEGIC ha istituito un apposito canale di comunicazione informatico (Whistleblowing) – indicato ai dipendenti – attraverso il quale i destinatari possono rivolgere le proprie segnalazioni al Comitato Etico, avendo garantita la propria riservatezza (salvo la ricorrenza di eventuali obblighi di legge che impongano diversamente). STRATEGIC ha inoltre implementato un canale telefonico con un numero di contatto dedicato, dove sarà disponibile un responsabile per gestire la ricezione di segnalazioni. In aggiunta, STRATEGIC ha implementato un canale telefonico con un numero dedicato, dove un responsabile è disponibile per gestire la ricezione delle segnalazioni.

Per agevolare l'accesso a tali strumenti, tutti i dipendenti hanno la possibilità di utilizzare il link appositamente fornito sulla pagina web di STRATEGIC per accedere alla piattaforma di whistleblowing. In alternativa, è disponibile anche un numero di telefono di riferimento per effettuare segnalazioni in modo diverso dal canale di comunicazione informatica.

La procedura completa, comprensiva delle modalità di segnalazione valide per entrambi i canali, è dettagliatamente illustrata sul sito web di STRATEGIC.

A tal proposito, è vietata qualsiasi forma di ritorsione nei confronti di chi compie segnalazioni, in buona fede, di possibili violazioni del Codice Etico presente in azienda. È, altresì, vietato accusare altri dipendenti di violazioni, con la consapevolezza che queste non sussistono.

In ogni caso, qualora si verificasse una delle circostanze suesposte (ritorsioni/accuse infondate), è prevista l'adozione di sanzioni disciplinari.

9.2. PROVVEDIMENTI

Qualsiasi violazione al presente Codice potrà comportare l'applicazione di un provvedimento disciplinare da determinarsi sulla base della gravità della violazione stessa.

Il Consiglio di Amministrazione nei casi più significativi stabilirà le azioni del caso da intraprendere nell'eventualità di una violazione.

Tali azioni dovranno mirare in maniera responsabile a scoraggiare le trasgressioni e a promuovere la responsabilità e l'ottemperanza a questo Codice. Per stabilire le azioni da intraprendere in ogni singolo caso, il Consiglio di Amministrazione dovrà tenere conto di tutte le informazioni a disposizione, incluse la natura e la gravità della violazione, se sia riconducibile ad un episodio isolato oppure ripetuta nel tempo, se la violazione appaia intenzionale o involontaria, se il soggetto sia stato precedentemente informato sul comportamento corretto da tenere e se lo stesso soggetto abbia commesso altre violazioni in passato.

9.3. CONOSCENZA E DIFFUSIONE

Il Codice Etico è portato a conoscenza delle parti interessate interne ed esterne per mezzo di apposite attività di comunicazione e diffusione; in particolare, è distribuito e, comunque, consultabile sul portale aziendale "Compass" a tutti i dipendenti ed è disponibile ai soggetti terzi attraverso il sito internet.

L'adeguata conoscenza e comprensione del Codice Etico da parte di tutto il personale è assicurata attraverso programmi di informazione e formazione definiti dalla Società.

È responsabilità di ciascun dipendente consultare il proprio responsabile diretto per qualsiasi chiarimento relativo all'interpretazione o all'applicazione delle regole di comportamento contenute nel presente Codice.