

BOLOGNA WELCOME S.R.L.

CODICE ETICO

CODICE ETICO

1 PREMESSA

2 INTRODUZIONE

- 2.1 LE RAGIONI E GLI SCOPI DEL CODICE ETICO
- 2.2 I DESTINATARI DEL CODICE ETICO
- 2.3 I PORTATORI D'INTERESSE: GLI *STAKEHOLDER*

3 PRINCIPI ETICI GENERALI DI RIFERIMENTO

- 3.1ONESTÀ E RISPETTO DELLE NORME
- 3.2 PROFESSIONALITÀ E QUALITÀ
- 3.3RISPETTO DELLA PERSONA E PARI OPPORTUNITÀ
- 3.4PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE
- 3.5 CONFLITTO D'INTERESSE
- 3.6TUTELA DELLA PAR CONDICIO
- 3.7 TRASPARENZA
- 3.8 RISERVATEZZA
- 3.9 TRACCIABILITA' DELLE OPERAZIONI

4 RELAZIONI ESTERNE

- 4.1 NORME GENERALI
- 4.2 RAPPORTI CON I FORNITORI
- 4.3 RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI PUBBLICHE E LE AUTORITÀ DI VIGILANZA
- 4.4 RAPPORTI CON I MEDIA
- 4.5 RAPPORTI CON I PRIVATI
- 4.6 RAPPORTI CON I CLIENTI

5 CRITERI DI CONDOTTA NEL LAVORO

- 5.1 RISPETTO, ONESTÀ E INTEGRITÀ
- 5.2 RESPONSABILITÀ, CONTROLLO, CRESCITA E FORMAZIONE
- 5.3 MOLESTIE SUL LUOGO DI LAVORO

6 AMBIENTE, SICUREZZA E SALUTE

- 6.1RAPPORTO CON L'AMBIENTE
- 6.1TUTELA DEL PATRIMONIO E DEI LUOGHI DI LAVORO
- 6.2 TUTELA DEI BENI ARTISTICI

7 MODALITÀ DI ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO

- 7.1 ORGANISMO DI VIGILANZA
- 7.2 COMUNICAZIONE E FORMAZIONE
- 7.3 VIOLAZIONE DEL CODICE ETICO
- 7.4 ENTRATA IN VIGORE

1. PREMESSA

Bologna Welcome Srl è una Società a responsabilità limitata sorta ufficialmente con delibera del 15 gennaio 2014 rep. n. 70892/30332, a seguito di scissione parziale e proporzionale voluta dal Consiglio di Amministrazione di Bologna Congressi Spa.

La suddetta scissione, avvenuta formalmente il 27 gennaio 2014 dinanzi al Notaio Rossi Federico, ha determinato la nascita di una nuova Società, avente sede in Bologna (BO), P.zza Nettuno 1, con capitale sociale di euro 10.000 e durata fino al 31/12/2050, salvo proroga deliberata dall'Assemblea straordinaria.

Con essa, Fiere Internazionali di Bologna Spa – Bologna Fiere, C.C.I.A.A. di Bologna, Aeroporto Guglielmo Marconi di Bologna Spa, Federalberghi Bologna e Confcommercio Imprese per l'Italia hanno costituito una Società il cui oggetto consiste nello svolgimento di attività di promozione, informazione ed accoglienza turistica, attraverso l'attuazione di ogni iniziativa in grado di contribuire alla diffusione della conoscenza, della ricchezza ed alla valorizzazione delle eccellenze del territorio, con particolare riferimento al Comune ed alla Provincia di Bologna, nonché attività di agenzia di viaggio e di turismo e di tour operator, sia in sede nazionale che internazionale.

Tale Società ha poi partecipato, aggiudicandoselo, al bando promosso dall'Amministrazione comunale bolognese per la promozione della “*destinazione Bologna*”, ossia per la realizzazione di un progetto, che inserendosi in una più ampia politica di marketing urbano, mirasse ad incrementare e migliorare il servizio turistico locale, con particolare riferimento ai segmenti di *leisure* e di *MICE* (Meeting, Incentives, Conferences, Events).

Attraverso tale strumento, il Comune di Bologna in primis, e Bologna Welcome Srl in qualità di aggiudicataria, si sono poste quale obiettivo fondamentale non soltanto il raggiungimento di un incremento quantitativo di presenze turistiche su tutto il territorio bolognese (stimato nel 5,2% medio annuo per il periodo 2015/2020), ma anche e soprattutto un cambiamento in *melius* dal punto di vista qualitativo, che consenta di calibrare i servizi turistici erogati secondo le specifiche richieste degli utilizzatori finali, incentivati a prolungare la propria permanenza media (attualmente di circa due giorni) nel capoluogo.

In quest'ottica, il Turismo, concepito quale risorsa su cui investire, e non come un costo da sostenere, diviene un canale preferenziale per la crescita e lo sviluppo, non soltanto economico, di tutto il territorio bolognese.

La Società, pertanto, pur non intendendo sostituirsi all'imprenditoria privata, vuole, attraverso un'azione congiunta di investitori privati, amministrazione comunale e *Stakeholder* interessati, supportare il sistema di offerte e/o servizi locale, identificando nuove opportunità di mercato, proponendo prodotti di qualità, ma anche valorizzando le eccellenze già presenti e ben consolidate sul territorio.

Lo scopo è quello di fornire a Bologna, quale città contemporanea e del “buon vivere”, che mette a disposizione dei visitatori un ventaglio di proposte culturali, turistiche e di intrattenimento altrove non reperibile, una collocazione definita all'interno del panorama europeo.

La Società, pertanto, nell'ambito del progetto triennale “*destinazione Bologna*” mira, anche attraverso il coinvolgimento mediato delle istituzioni locali, a specializzare fortemente le offerte turistiche, promuovendo iniziative e prodotti che possano fidelizzare i fruitori appartenenti a diversi target di mercato, attratti, per ragioni differenti, dal territorio bolognese.

Il tutto nel rispetto di una economia innovativa, ma al contempo sostenibile, che consenta una gestione “responsabile del turismo”, ove il profitto venga raggiunto attraverso canali etici e morali ben saldi, riconoscibili in ogni iniziativa adottata.

Ed è proprio per questo che la Società, consapevole di come i principi di sostenibilità, trasparenza ed etica siano valori distintivi del territorio, sia a livello nazionale che internazionale, ha scelto di adottare un proprio “Codice Etico”, ossia un documento ufficiale che rappresenta l’insieme dei diritti e dei doveri morali che definiscono le responsabilità etico-sociali di ogni comportamento nell’ambito della Società.

Il presente codice individua, dunque, il complesso di valori, principi, diritti e doveri nonché le norme e le responsabilità a cui Bologna Welcome srl, i suoi amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori (di seguito anche ‘destinatari’) si attengono nello svolgimento di tutte le attività e nei confronti di tutti i portatori di interessi.

Il Codice Etico, nato per una spinta endogena strettamente connessa all’orizzonte ideale della Società, recepisce, nello specifico, i principi stabiliti dal D.Lgs. 231/01 e ss. mod, ed è, perciò, parte integrante al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01.

Il Codice Etico recepisce anche i principi in tema di normativa di anticorruzione, trasparenza ed integrità di cui alla Legge 190/2012 e ss. mod. ponendosi, quindi, come funzionale agli adempimenti ed alle misure previste in quanto applicabili.

Tutti i destinatari sono perciò chiamati ad operare con la correttezza che li ha contraddistinti finora, attuando i principi e i valori contenuti nel presente Codice.

2. INTRODUZIONE

2.1 Le ragioni e gli scopi del Codice Etico

Il presente Codice Etico, approvato dal Consiglio di Amministrazione della Società Bologna Welcome S.r.l. in data 23/12/2015, esprime l'insieme degli impegni e delle responsabilità della Società medesima nei confronti dei suoi *stakeholder* e costituisce parte integrante del Modello di Organizzazione e Gestione disciplinato dal D.Lgs. 231/01.

Nel Codice Etico sono individuati sia i principi guida sia le direttive fondamentali di comportamento che i destinatari devono obbligatoriamente osservare nello svolgimento delle proprie mansioni e attività.

La natura della Società richiede che i rapporti con l'esterno siano improntati a una puntuale osservanza delle leggi, delle regole di correttezza e trasparenza, nel rispetto degli interessi legittimi dei propri *stakeholder*.

Si rende, pertanto, necessario individuare e definire i valori che tutti i destinatari del Codice Etico - ivi compresi coloro che, direttamente o indirettamente, in via stabile o temporanea instaurano rapporti o relazioni con la Società operando per il perseguimento dei suoi obiettivi - devono condividere, accettando responsabilità, ruoli e modelli di condotta dell'agire in nome e/o per conto e/o in collaborazione della Società stessa.

In generale, non sono etici tutti quei comportamenti che costituiscano la violazione dei canoni di correttezza nei rapporti interni ed esterni.

Nell'ambito del normale svolgimento delle attività, i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia instaurato, a qualsiasi titolo, con la Società.

2.2 I destinatari del Codice Etico

Sono destinatari del Codice Etico:

- gli esponenti della Società, e cioè i componenti degli organi statutari;
- i dirigenti e/o responsabili delle aree funzionali della Società, cui spetta, tra l'altro, il compito specifico di conformare le azioni dell'ente al rispetto dei principi del Codice Etico, diffonderne la conoscenza fra i dipendenti e i collaboratori dell'ente nonché favorirne la condivisione;
- i dipendenti che hanno un rapporto di lavoro subordinato con la Società;
- chiunque abbia un rapporto di collaborazione con la Società, compresi i consulenti e tutti coloro che entrano in rapporto con essa (collaboratori e fornitori);
- i terzi che svolgano attività nell'interesse e/o a vantaggio della Società.

Per indicare i soggetti tenuti all'osservanza del presente Codice Etico si fa pertanto riferimento, sinteticamente, ai "destinatari".

A tutti i destinatari è fornita un'adeguata informativa circa i contenuti del Codice Etico in modo da consentirne la più scrupolosa osservanza per tutta la durata del rapporto con la Società.

In particolare, il Codice Etico è portato a conoscenza dei membri degli Organi della Società, dei suoi dipendenti e di tutti coloro con i quali la Società intrattiene rapporti correnti, continuativi o meno, attraverso strumenti di comunicazione adeguati, ed è disponibile al pubblico sul sito internet della Società.

2.3 I portatori d'interesse: gli *stakeholder*

La Società è consapevole dell'ampia portata della propria attività, nonché degli effetti che questa potrà avere sul contesto di riferimento, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività.

Promozione turistica, infatti, non significa soltanto ampliare l'offerta in termini meramente numerici, ma anche diversificare le proposte creando nuove opportunità di mercato.

Sotto questo profilo, la Società mira ad espandere l'area di attrazione turistica della città metropolitana, per arrivare alla creazione di un vero e proprio *hub* turistico, rilevante sia a livello nazionale che internazionale.

Per realizzare quanto sopra, tuttavia, la Società non può operare in modo avulso e distaccato dagli altri operatori presenti all'interno del mercato; se così fosse l'azione di rinnovamento e di promozione perderebbe di efficacia, rischiando di compromettere i mirabili obiettivi che la Società e l'amministrazione comunale si sono prefissati in merito alla valorizzazione turistica della città.

L'accentramento di tutte le funzioni di promozione territoriale in una singola organizzazione, infatti, non esclude a priori che si possa, ed anzi si debba, intrattenere un rapporto di collaborazione e coordinamento con gli altri operatori (economici e non) presenti sul territorio: è un dato di fatto che il lavoro congiunto tra le diverse parti in gioco accresca le possibilità di riuscita dei progetti in essere.

A conferma di ciò, il 13 dicembre 2013 è stato siglato un "*Protocollo di intesa per una gestione congiunta della comunicazione turistica on line metropolitana*" (Protocollo di intesa PG 174815 del 17/12/2013 CL 18.2.1/17/2013) con cui Provincia di Bologna, Comune di Bologna, Dipartimento di Filosofia e Comunicazione dell'Università degli Studi di Bologna e Bologna Congressi S.p.A (dalla cui scissione è poi sorta Bologna Welcome S.r.l.) hanno concordato una gestione congiunta della comunicazione turistica *on line* metropolitana, esprimendo la volontà di attivare una strategia condivisa di *tourist digital marketing* della destinazione metropolitana bolognese volta a promuovere le risorse turistiche e gli eventi di interesse turistico del territorio provinciale attraverso i canali web.

Dunque, è proprio per la molteplicità di interessi sottesi alla realizzazione di tali obiettivi, che la Società intende condurre le proprie attività nel rispetto delle comunità locali, con l'obiettivo non solo di creare quanto più consenso possibile intorno alla propria attività, ma anche di contribuire al benessere della collettività.

In tale contesto, si considerano *stakeholder* tutti i soggetti (individui, gruppi, istituzioni, ecc) i cui interessi sono influenzati dagli effetti, diretti o indiretti, dalle attività della Società.

I portatori d'interesse sono quindi: le Pubbliche Amministrazioni, specie quelle locali, gli utenti (nella accezione più ampia), i dipendenti, i collaboratori, le Associazioni, i fornitori nonché i *partners*.

La Società promuove il dialogo e il confronto con gli *stakeholder*, che si riconoscono nei suoi canoni etici, in modo da comprendere e tenere conto adeguatamente delle loro attese. Ogni destinatario del codice etico dovrà quindi conformare la propria attività nei confronti degli *stakeholder* ai principi di trasparenza, responsabilità, indipendenza e professionalità, nel rispetto reciproco.

La Società instaura un sistema di relazioni tendenti a creare stabili rapporti basati su reciproche relazioni di fiducia con le istituzioni delle aree in cui opera, i collaboratori di cui si avvale nonché i fornitori coi quali intrattiene rapporti commerciali a volte anche decennali.

3. PRINCIPI ETICI GENERALI DI RIFERIMENTO

Tutti i destinatari del presente Codice Etico hanno l'obbligo di conoscere le norme vigenti, di astenersi da comportamenti a esse contrari e di rivolgersi a un superiore o all'Organismo di Vigilanza per chiarimenti, segnalando eventuali anomalie e/o presunte violazioni da parte di esponenti e rappresentanti, dipendenti, collaboratori o terzi (ivi compresi partners e fornitori).

I destinatari del Codice devono inoltre collaborare con le strutture deputate a verificare le violazioni e informare le controparti dell'esistenza del Codice stesso.

Al fine di garantire il rispetto delle norme e dei principi espressi, e di verificare il funzionamento e l'efficacia del Modello organizzativo ex D.Lgs. 231/01 adottato dalla Società, è istituito un Organismo di Vigilanza nonché un Sistema Sanzionatorio che contempla e disciplina le ipotesi di commissione di illeciti e prevede l'irrogazione di apposite sanzioni.

Nello svolgimento di ogni rapporto contrattuale le controparti devono essere informate circa l'esistenza del Codice etico, nonché dei principi generali in esso contenuti e, devono impegnarsi a rispettarli, pena le conseguenze stabilite dal contratto.

3.1 Onestà e rispetto delle norme

L'Onestà e il rispetto delle norme, oltre a rappresentare il principio fondamentale per tutte le attività, costituiscono l'elemento essenziale nella gestione della Società.

Nell'ambito della loro attività, i destinatari, e tutti i soggetti che operano in nome e per conto della Società sono tenuti a rispettare le vigenti leggi nazionali e comunitarie, e, ove applicabili, le norme di deontologia professionale.

L'adozione di comportamenti in contrasto con le vigenti leggi, anche se adottati nell'interesse della Società, non sono in nessun caso tollerati dalla medesima; pertanto, l'eventuale violazione comporterà l'applicazione delle sanzioni previste dal Sistema Sanzionatorio.

3.2 Professionalità e qualità

I destinatari svolgono le proprie attività con la professionalità richiesta dalla natura dei compiti e delle funzioni esercitate, adoperando il massimo impegno per conseguire gli obiettivi assegnati ed assumendosi le responsabilità che competono loro.

I destinatari sono tenuti - nell'ambito delle rispettive competenze e funzioni - al rispetto delle procedure previste dai protocolli, secondo i più alti standard di professionalità e qualità.

3.3 Rispetto della persona e pari opportunità

La Società, nell'ambito dei processi decisionali che influiscono sulle relazioni con i propri *stakeholder*, non consente alcun tipo di discriminazione in base all'età, al sesso, all'orientamento sessuale, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche o alle credenze e appartenenze religiose dei suoi interlocutori.

Inoltre, viene assicurato il rispetto dell'integrità fisica, culturale e morale di tutte le persone con cui la Società si relaziona, oltre alla garanzia di condizioni di lavoro sicure e salubri. In particolare, è tutelato e promosso il valore del capitale umano, al fine di migliorare e accrescere le competenze possedute dai propri dipendenti.

Non sono tollerate richieste e minacce che inducano Amministratori, dipendenti e collaboratori esterni ad agire contro la legge o contro il Codice Etico.

3.4 Prevenzione della corruzione

La Società, nella conduzione delle proprie attività, vieta qualunque azione nei confronti o da parte di terzi in grado di ledere l'imparzialità e l'autonomia di giudizio. A tal fine si impegna ad attuare gli strumenti necessari a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione e altre condotte idonee a integrare il pericolo di commissione di tali reati, previsti dal D.Lgs. 231/01.

A tal riguardo la Società, fermo restando quanto più appresso specificato per quanto concerne i rapporti con la Pubblica Amministrazione e tra privati, non consente di corrispondere o accettare somme di denaro, doni o favori a/da parte di terzi, allo scopo di procurare loro vantaggi diretti o indiretti; è invece consentito accettare o offrire doni che rientrino nei consueti usi di ospitalità, cortesia, per particolari ricorrenze e di modesto valore.

Eventuali regali e vantaggi offerti, ma non accettati, che eccedano il valore modico dovranno essere immediatamente segnalati al proprio superiore, il quale ne darà tempestiva comunicazione all'Organismo di Vigilanza.

3.5 Conflitto d'interesse

La Società si impegna a mettere in atto misure idonee a prevenire ed evitare fenomeni di conflitto d'interesse.

I destinatari del Codice non devono porre in essere azioni e comportamenti potenzialmente in conflitto o in concorrenza con l'attività di Bologna Welcome Srl o con le finalità e gli interessi che la stessa persegue.

Il conflitto d'interesse si manifesta sia nel caso in cui un dipendente/collaboratore persegua interessi diversi da quello della *mission* della Società sia qualora si avvantaggi personalmente di opportunità della Società.

A titolo meramente esemplificativo, costituiscono conflitto di interesse le seguenti situazioni:

- presenza di interessi economici e finanziari del dipendente e/o della sua famiglia in attività di fornitori, clienti e concorrenti;
- sfruttamento del proprio ruolo e/o posizione in azienda nonché delle informazioni acquisite nello svolgimento del proprio lavoro in modo che si possa creare conflitto tra i propri interessi personali e gli interessi aziendali;
- svolgimento di attività lavorative, di qualsiasi tipo, presso clienti, fornitori, concorrenti;
- accettazione di denaro, favori o utilità da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con la Società.

Eventuali situazioni che possano anche solo apparire in conflitto d'interesse devono essere tempestivamente segnalate all'Organismo di Vigilanza.

3.6 Tutela della par condicio

La Società intende tutelare il valore della parità di condizioni, astenendosi da comportamenti atti a favorire alcuni soggetti o categorie di soggetti a scapito di altri.

Inoltre, si impegna a operare in modo equo e imparziale, adottando lo stesso comportamento verso tutti gli interlocutori (ad esempio, utenti, collettività, Pubblica Amministrazione) con cui entra in contatto.

3.7 Trasparenza

La Società assicura informazioni corrette, complete, adeguate e tempestive sia verso l'interno sia verso l'esterno.

Gli esponenti della Società, i dipendenti ed i collaboratori sono tenuti a fornire informazioni chiare, complete, trasparenti, in modo che i soggetti in contatto con la Società siano in grado di valutare consapevolmente le condizioni e le conseguenze delle loro decisioni e comportamenti.

La trasparenza è assicurata nella gestione dei protocolli operativi interni, nella redazione della contabilità, nell'effettuazione dei pagamenti, nella gestione del personale, nella scelta dei fornitori, nelle attività di management, nei rapporti coi mass media e/o eventuali soggetti che entrino in contatto, a vario titolo con la Società, nonché in ogni altra operazione riconducibile a Bologna Welcome Srl.

La trasparenza è assicurata anche mediante l'elaborazione, reperimento, trasmissione e pubblicazione dei dati sul sito istituzionale della Società.

Oltre a quanto previsto dal d.lgs. 231/2011, in tema di trasparenza, si rinvia alla normativa vigente in materia, con particolare riferimento agli obblighi di pubblicazione di cui alla legge 190/2012 e ss. mod. in quanto applicabili.

3.8 Riservatezza

La Società, in ottemperanza a quanto previsto dal d.lgs. 196/2003 – c.d. codice della Privacy - considera la tutela dei dati personali come un diritto imprescindibile; assicura perciò la riservatezza e la sicurezza delle informazioni in proprio possesso, garantendo, anche mediante periodica formazione ai propri incaricati, l'osservanza della normativa in materia.

Essa garantisce, pertanto, che il trattamento dei dati personali si svolga nel rispetto dei diritti e delle libertà fondamentali, nonché della dignità dell'interessato, con particolare riferimento alla riservatezza, all'identità personale e al diritto alla protezione dei dati personali.

I destinatari non possono utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

Qualsiasi informazione relativa alla Società, acquisita o elaborata dal dipendente nello svolgimento o in occasione dell'attività lavorativa, ha natura riservata e non può essere utilizzata, comunicata a terzi o diffusa senza l'autorizzazione del proprio Responsabile. Nella nozione di informazioni riservate rientrano tutti i dati, le conoscenze, gli atti, i documenti, le relazioni, gli appunti, gli studi, i disegni, le fotografie e qualsiasi altro materiale attinente all'organizzazione ed ai beni aziendali, alle operazioni finanziarie, al know-how aziendale, alle attività di ricerca e sviluppo, nonché ai procedimenti di varia natura relativi alla Società.

Per informazione riservata si intende, altresì, qualsiasi informazione confidenziale concernente fatti o circostanze non di pubblico dominio, di particolare rilevanza sotto il profilo organizzativo, patrimoniale, finanziario, economico o strategico, sia che riguardi la Società che gli enti o i partner della stessa.

La diffusione delle informazioni riservate danneggia Bologna Welcome S.r.l. e, comunque, viola l'obbligo di ottemperare al presente Codice. Ognuno è tenuto a fare un uso proprio delle informazioni di cui viene a conoscenza nell'esecuzione del proprio lavoro e deve porre in essere le cautele necessarie, o comunque, opportune per evitare che le informazioni siano rese accessibili al personale non autorizzato

sia sul posto di lavoro che al di fuori dello stesso. A tal fine, ogni informazione riservata deve essere conservata in luoghi inaccessibili a persone non autorizzate.

L'obbligo di riservatezza rimane in vigore anche dopo la cessazione del rapporto con la Società.

3.9 Tracciabilità delle operazioni

Tutte le transazioni e le operazioni effettuate devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica del processo di decisione ed autorizzazione delle medesime.

Per ogni operazione deve esistere un adeguato supporto documentale, al fine di poter ricostruire, nel modo più chiaro e completo possibile, l'iter completo di ideazione, autorizzazione, implementazione ed eventuale archiviazione dello stesso.

Quanto sopra è necessario ai fini di una corretta tracciabilità dell'operazione globalmente considerata: non soltanto per consentire l'esperimento di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni delle operazioni medesime, ma anche per individuare, ai fini di eventuali responsabilità, chi ha autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione stessa.

4. RELAZIONI ESTERNE

4.1 Norme generali

I destinatari devono mantenere un comportamento rispettoso delle leggi, eticamente corretto ed in sintonia con le politiche della Società.

Nelle relazioni con gli utenti sono proibiti comportamenti fraudolenti, atti di corruzione, favoritismi e più in generale ogni condotta contraria alle norme vigenti e al presente Codice Etico.

Il Codice Etico deve essere rispettato, in ogni sua parte, anche nei rapporti con i fornitori, Istituzioni pubbliche e Autorità di vigilanza, mass media e privati.

4.2 Rapporti con i fornitori

Le relazioni con i terzi, ivi compresi i fornitori, devono essere gestite nel rispetto di quanto previsto dal Codice Etico.

La scelta dei fornitori deve essere improntata alla ricerca di un giusto vantaggio competitivo, alla concessione delle pari opportunità, alla correttezza, all'imparzialità e all'equità, oltre che al puntuale rispetto della normativa in materia.

Nel processo di selezione, i criteri utilizzati riguardano la qualità del prodotto offerto e/o servizio erogato, l'idoneità tecnica/professionale del personale, l'economicità della proposta, nonché il rispetto dell'ambiente.

Non sono ammesse attività che, direttamente o indirettamente, possano causare un danno alla Società, né comportamenti che rechino un vantaggio ingiustificato, favorendo un fornitore a scapito di un altro.

Non sono ammesse pressioni indebite, né favoritismi, tali da minare la credibilità e la fiducia riposta nella Società per quel che concerne la trasparenza e il rigore nell'applicazione delle leggi e delle procedure interne.

Il rispetto delle normative interne e del Codice Etico assicura non solo la miglior scelta del fornitore, ma anche una corretta gestione dei rapporti con esso intercorrenti in sede di esecuzione degli accordi e/o contratti commerciali.

In ogni caso, occorre evitare ogni forma di discriminazione e garantire il rispetto della normativa vigente in materia di concorrenza.

4.3 Rapporti con le Istituzioni Pubbliche e le Autorità di vigilanza

I soggetti preposti ai rapporti con le Istituzioni Pubbliche e di Vigilanza devono mantenere la massima trasparenza, chiarezza e correttezza.

Tali rapporti non devono indurre le Istituzioni Pubbliche e di Vigilanza a interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti.

Non è consentito offrire denaro o doni a dirigenti, funzionari o dipendenti delle Istituzioni Pubbliche e Autorità di Vigilanza a loro parenti, sia italiani sia di altri paesi, salvo che si tratti di doni di modico valore o comunque siano conformi agli usi in essere.

Si proibisce di offrire o di accettare qualsiasi oggetto, servizio, prestazione o favore di valore per ottenere un trattamento più favorevole riguardo a qualsiasi rapporto intrattenuto con la Pubblica Amministrazione.

Quando è in corso una qualsiasi trattativa, richiesta o rapporto con la Pubblica Amministrazione, il personale incaricato non deve cercare di influenzare impropriamente le decisioni della controparte, comprese quelle dei funzionari che trattano o prendono decisioni per conto della Pubblica Amministrazione.

Nel caso specifico dell'effettuazione di una gara o comunque di una procedura con la Pubblica Amministrazione si dovrà operare nel rispetto delle leggi vigenti e della correttezza.

Se la Società utilizza un consulente o un soggetto "terzo" per essere rappresentata nei rapporti verso la Pubblica Amministrazione, si dovrà prevedere che nei confronti del consulente e del suo personale o nei confronti del soggetto "terzo" siano applicate le stesse direttive valide per i dipendenti dell'ente.

Inoltre, la Società non dovrà farsi rappresentare, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, da un consulente o da un soggetto "terzo" quando si possano creare conflitti d'interesse.

Nel corso di una trattativa, richiesta o rapporto con la Pubblica Amministrazione non vanno intraprese (direttamente o indirettamente) le seguenti azioni:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o di qualsiasi altro genere che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale;
- offrire o in alcun modo fornire omaggi;
- sollecitare o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti;
- assumere, alle proprie dipendenze ex impiegati della Pubblica Amministrazione (o loro parenti e/o affini fino al terzo grado), che abbiano partecipato personalmente e attivamente alla trattativa, o ad avallare le richieste effettuate dalla Società alla Pubblica Amministrazione.

Qualsiasi violazione (effettiva o potenziale) commessa deve essere segnalata tempestivamente al proprio Responsabile e/o all'Organismo di Vigilanza.

4.4 Rapporti con i media

Coerentemente con i principi di trasparenza e completezza dell'informazione, la comunicazione della Società verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione.

La Società si impegna a rendere note anche a mezzo Internet le informazioni utili alla piena comprensione delle attività svolte, dei possibili effetti per la collettività e dei programmi futuri.

In nessun caso i destinatari si prestano a divulgare notizie false e tendenziose, riguardanti sia le attività della Società sia le risultanze delle attività professionali o le relazioni con gli *stakeholder* in generale.

I rapporti con la stampa devono essere tenuti solo da persone autorizzate e nell'interesse della Società.

Nel caso di partecipazioni a convegni, pubblici interventi e pubblicazioni in genere, i dipendenti devono essere autorizzati dalla Società.

4.5 Rapporti con i privati

La Società ripudia qualsiasi condotta che sia riconducibile a pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette e/o attraverso terzi, di vantaggi personali e di carriera per sé o per altri.

Non è mai consentito corrispondere né offrire, direttamente o indirettamente, pagamenti, benefici materiali e altri vantaggi di qualsiasi entità a terzi, per influenzare o compensare un atto del loro ufficio.

Atti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità, sono consentiti esclusivamente se di modico valore e comunque tali da non compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti e da non poter essere interpretati, da un osservatore imparziale, come finalizzati ad acquisire vantaggi in modo improprio. In ogni caso questo tipo di spese deve essere sempre autorizzato dal proprio responsabile e documentato in modo adeguato.

È proibita l'accettazione di denaro da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti con la Società. Chiunque riceva proposte di omaggi o trattamenti di favore o di ospitalità non configurabili come atti di cortesia commerciale di modico valore dovrà respingerli e informare immediatamente il superiore, o l'organo del quale è parte.

4.6 Rapporti con i clienti

La Società persegue il proprio successo di impresa attraverso l'offerta di prodotti e servizi di qualità e nel rispetto di tutte le norme poste a tutela della leale concorrenza.

A tal fine, è fatto obbligo ai dipendenti/collaboratori/consulenti della Società, nell'ambito della piena osservanza dei principi del presente Codice e pertanto nell'ambito e con i limiti qui previsti, di:

- rispettare le norme di legge;
- osservare scrupolosamente tutte le norme e i protocolli interni riguardanti la gestione dei rapporti con la clientela;
- fornire, con efficienza e cortesia, nei limiti delle previsioni contrattuali, prodotti e servizi di alta qualità che soddisfino le ragionevoli aspettative e necessità del cliente;
- elaborare proposte contrattuali che tengano conto delle specifiche richieste avanzate dalla clientela, nel rispetto della normativa vigente e del più generale canone di correttezza commerciale;
- comunicare tempestivamente eventuali modifiche da apporre agli accordi intercorsi;
- fornire accurate ed esaurienti informazioni circa prodotti e servizi in modo che il cliente possa assumere decisioni consapevoli, nell'ambito dei principi della trasparenza, ma anche della riservatezza aziendale e della privacy;
- attenersi a verità e chiarezza nelle comunicazioni commerciali con i clienti sempre nell'ambito dei principi della trasparenza, ma anche della riservatezza aziendale e della privacy.

5. CRITERI DI CONDOTTA NEL LAVORO

Il capitale umano interno è la principale risorsa dell'azienda. Occorre che esso si sviluppi sotto il profilo culturale, professionale e operativo.

Per ottenere risultati positivi sul mercato di collocamento, è fondamentale che, indipendentemente dalla funzione svolta e dal livello ricoperto, ciascun dipendente e/o collaboratore apporti il proprio contributo creativo, collabori con passione e condivida il proprio know how, onde mettere a disposizione della società, in una ottica innovativa e trasversale, le proprie competenze.

Tutti, nell'ambito del proprio settore di competenza, devono operare con l'obiettivo imprescindibile di elevare il livello della qualità del servizio e di ciò che fanno sia a livello di back office che di front office.

E' indispensabile che il personale si allinei alle politiche economiche ed etiche della Società, non solo mostrandosi attento e recettivo rispetto alle esigenze esterne e degli stakeholder, ma anche impegnandosi affinché i servizi offerti siano validi e confacenti alle specifiche richieste avanzate dai fruitori finali.

Il pieno rispetto della legge è regola fondamentale per la Società.

Nell'ambito delle proprie funzioni, i dipendenti sono tenuti a rispettare le norme dell'ordinamento giuridico in cui essi operano e devono in ogni caso astenersi dal commettere violazioni di legge, che, anche solo potenzialmente, potrebbero condurre all'inflizione di pene detentive, pecuniarie o sanzioni amministrative.

Inoltre, i dipendenti/collaboratori/consulenti devono osservare, oltre ai principi generali di collaborazione, diligenza e lealtà, anche le prescrizioni comportamentali contenute nei contratti collettivi a loro applicabili.

Ciascun dipendente/consulente/collaboratore, proporzionalmente alla propria condotta ed al proprio ambito operativo, contribuisce al funzionamento della Società, la cui qualità, efficienza, reputazione ed immagine sul mercato, rappresenta un patrimonio prezioso da tutelare. Pertanto, la condotta anche di un solo dipendente non conforme alle norme del presente Codice può, di per sé, causare danni rilevanti alla Società.

5.1 Rispetto, onestà e integrità.

Ciascun dipendente/collaboratore/consulente riconosce e tutela la dignità personale, la sfera privata ed i diritti di personalità di qualsiasi individuo con cui entri in rapporto.

Ciascuno lavora con donne e uomini di origini, cultura, religione, orientamento e scelte diverse. Non compie atti di discriminazione, molestie od offese (sessuali, personali o di altra natura) di alcun genere, ispirando ogni proprio comportamento ai valori sanciti dalla Costituzione Italiana.

Nello svolgimento delle proprie mansioni, ciascun dipendente/consulente/collaboratore si comporta con trasparenza ed onestà, assumendosi le responsabilità che gli competono in ragione delle proprie funzioni, è partner affidabile e porta a termine i compiti assegnati.

Ciascun dipendente/consulente/collaboratore è onesto e trasparente nelle strategie, negli obiettivi e nelle operazioni. Si attiene alle direttive legali vigenti ed evita conflitti di interesse. Tiene in considerazione nel modo più ampio le implicazioni etiche del proprio lavoro, in modo da evitare conseguenze negative non intenzionali.

Ciascun dipendente osserva, in particolare, le regole della cortesia e della tolleranza, rispettando le differenze culturali e le diversità umane, di contesto e di esperienza.

Le regole fissate valgono sia nei rapporti con i propri colleghi, collaboratori o preposti, sia nei rapporti con terzi e in generale verso tutti gli stakeholders della Società.

5.2 Responsabilità, controllo, crescita professionale e formazione

I dirigenti/dipendenti/collaboratori/consulenti sono chiamati ad un comportamento esemplare, dimostrando dedizione al lavoro, lealtà e competenza, tenuto conto delle proprie attitudini personali e professionali.

Ciascuno è tenuto ad adempiere agli obblighi di organizzazione, vigilanza e di controllo che gli competono.

La Società ritiene fondamentale che il proprio personale sia contraddistinto da un elevato livello di qualifica professionale e concorda nel mettere a disposizione dello stesso occasioni di crescita, confronto e sviluppo all'interno dell'azienda.

Per questo motivo la formazione è vista come un'attività continua e strutturale, parte integrante del processo lavorativo, finalizzata a far crescere e tutelare il valore della conoscenza e della qualità professionale dei dipendenti.

5.3 Molestie sul luogo di lavoro

La Società esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne siano rispettati i valori costituzionali e non si verifichino molestie di alcun genere, quali ad esempio la creazione di un ambiente di lavoro ostile nei confronti di singoli lavoratori o gruppi di lavoratori, l'ingiustificata interferenza con il lavoro altrui o la creazione di ostacoli ed impedimenti alle prospettive professionali altrui.

La Società non ammette molestie sessuali, intendendosi per "molestia sessuale" ogni atto o comportamento indesiderato, anche verbale, a connotazione sessuale arrecante offesa alla dignità della persona che lo subisce o un clima di intimidazione nei confronti della persona oggetto degli stessi.

In particolare, non sono ammesse molestie concretanti nella subordinazione della possibilità di crescita professionale o di altro vantaggio alla prestazione di favori sessuali ovvero nella formulazione di proposte di relazioni interpersonali private che risultino sgradite alla persona che ne sia destinataria.

Chiunque sia a conoscenza di intimidazioni, discriminazioni, atti o atteggiamenti molesti o discriminatori ritenga di essere oggetto di comportamenti della medesima indole, deve prontamente informare il proprio superiore gerarchico e/o dirigenti, i quali provvederanno, di concerto e garantendo l'assoluta riservatezza dei soggetti coinvolti, a compiere tutte le azioni che si riterranno opportune, con l'obiettivo di favorire il superamento della situazione di disagio e ripristinare un sereno ambiente di lavoro.

6. AMBIENTE, SICUREZZA E SALUTE

La Società si impegna a promuovere e diffondere la cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza della gestione dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili e preservando, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza di tutti i dipendenti e collaboratori.

Tutti i dipendenti e collaboratori sono tenuti allo scrupoloso rispetto delle norme e degli obblighi vigenti in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

6.1 Rapporti con l'ambiente

La Società svolge le proprie attività nel pieno rispetto della normativa vigente e ponendosi come obiettivo il miglioramento continuo delle prestazioni in ambito ambientale.

A tal fine gestisce le proprie attività minimizzando gli impatti ambientali e ottimizzando l'uso delle risorse naturali.

Sotto questo punto di vista investe risorse per favorire lo sviluppo del turismo responsabile, concepito quale strumento atto non solo a creare in-coming, ma anche e, conseguentemente occupazione.

Sviluppare proposte turistiche compatibili con la tutela dell'ambiente (es. relativi alla mobilità o alla ciclabilità) comporta una serie di benefici da non trascurare: aumento dell'attrattiva del territorio, miglioramento della qualità della vita, contributo allo sviluppo dell'economia e crescita del benessere della collettività.

Tutti aspetti che la Società mira ad implementare mediante lo svolgimento della propria attività primaria, quale la promozione turistica.

6.2 Tutela del patrimonio aziendale e dei luoghi di lavoro.

Ciascun destinatario è direttamente e personalmente responsabile della protezione e conservazione dei beni e delle risorse, materiali o immateriali, affidategli per espletare i suoi compiti, nonché dell'utilizzo delle stesse in modo conforme all'interesse della Società.

Ciascun dipendente deve porre la massima attenzione nello svolgimento della propria attività, osservando strettamente tutte le misure di sicurezza e di prevenzione stabilite o suggerite dalla particolarità del lavoro, dall'esperienza e dalla tecnica, ex art. 2087 c.c., onde evitare ogni possibile rischio per sé e per i propri collaboratori e colleghi.

La pianificazione tecnica dei luoghi di lavoro, delle attrezzature e dei processi deve essere improntata al più alto livello di rispetto delle vigenti normative in materia di sicurezza ed igiene del lavoro e di prevenzione dei relativi rischi.

I beni aziendali della Società e, in particolare, gli impianti, le attrezzature situate nei luoghi di lavoro (es. telefoni, fotocopiatrici, PC compreso software e Internet/Intranet, macchine, utensili, ecc.), sono utilizzati esclusivamente per ragioni di servizio, ai sensi della normativa vigente.

In nessun caso è consentito utilizzare i beni aziendali e, in particolare, le risorse informatiche e di rete della Società per finalità contrarie a norme imperative di legge, all'ordine pubblico o al buon costume, nonché per commettere o indurre alla commissione di reati o comunque all'odio razziale, all'esaltazione della violenza o alla violazione dei diritti umani, e più in generale ai valori dettati dalla Costituzione italiana.

Non è consentito effettuare registrazioni o riproduzioni audiovisive, elettroniche, cartacee o fotografiche di documenti aziendali, salvo nei casi in cui tali attività rientrino nel normale svolgimento delle funzioni affidate.

Tutti gli utenti sono tenuti alla scrupolosa osservanza delle disposizioni del presente codice finalizzate a garantire e tutelare il patrimonio informativo e a rispondere a precisi obblighi di legge. La Società si riserva il diritto di sanzionare ogni accertata violazione delle regole dettate.

6.3 Tutela dei beni artistici

Alla Società è affidata la gestione di beni immobili di ingente valore culturale.

Oltre a quanto già espressamente previsto dalle norme vigenti, nonché dalla Convenzione sottoscritta col Comune di Bologna, essa è responsabile, anche di fronte alla collettività, della cura e della tutela di tali beni, e adotta conseguentemente tutte le misure necessarie a garantire dette cure e tutela, anche nei confronti dei soggetti esterni che frequentano a vario titolo i locali della Società.

I componenti degli organi, i dirigenti, i responsabili e i dipendenti della Società devono usare comportamenti responsabili e rispettosi al fine di tutelare tali beni, evitando atteggiamenti o utilizzi impropri che possano arrecare danno.

7. MODALITÀ DI ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO

I destinatari e comunque tutti coloro che svolgono attività per conto della Società devono conoscere le previsioni contenute nel Codice Etico e le norme di riferimento che regolano l'attività svolta nell'ambito della propria funzione, derivanti dalla legge o da procedure e regolamenti interni.

Inoltre, ogni destinatario deve prendere visione e accettare quanto contenuto nel presente Codice Etico, nel momento di costituzione del rapporto, di prima diffusione del Codice o di sue eventuali modifiche o integrazioni rilevanti.

7.1 Organismo di Vigilanza

Al fine di assicurare l'attuazione di quanto previsto dal Codice etico la Società istituisce al suo interno l'Organismo di Vigilanza.

Composizione, compiti, poteri e responsabilità dell'Organismo di Vigilanza sono puntualmente disciplinati nel Modello di Organizzazione e Gestione adottato.

Con riferimento al Codice Etico, l'Organismo di Vigilanza deve:

- monitorare e supportare l'applicazione del Codice;
- relazionare periodicamente e segnalare eventuali violazioni al Consiglio di Amministrazione della Società;
- proporre, ove necessario, una revisione periodica del Codice Etico;
- proteggere e assistere i dipendenti che segnalano comportamenti non conformi al Codice;
- segnalare alle funzioni competenti eventuali anomalie al fine di adottare manovre correttive efficaci;
- promuovere e predisporre i programmi di comunicazione e formazione dei dipendenti.

7.2 Comunicazione e formazione

La Società promuove l'applicazione del Codice da parte dei destinatari anche mediante inserimento, nei rispettivi contratti, di apposite clausole che stabiliscono l'obbligo di osservarne le disposizioni; cura la sua trasmissione ai destinatari, che firmano per presa d'atto al momento del ricevimento, nonché la sua diffusione.

La Società garantisce inoltre sessioni formative, anche differenziate secondo il ruolo e le responsabilità dei destinatari, e dedicate alla sensibilizzazione sui contenuti del Codice Etico ed in generale sull'attuazione del D. Lgs n. 231/2001.

Il Codice è portato a conoscenza di tutti i possibili interessati sia interni sia esterni mediante apposite attività di comunicazione:

- pubblicazione sul sito Internet istituzionale;
- invio mediante posta tradizionale/ a mezzo fax / a mezzo e-mail certificata;
- affissione di alcune copie nei locali sede della Società.

7.3 Violazione del Codice

In relazione all'importanza del rispetto delle norme comportamentali contenute nel presente Codice, soprattutto in considerazione delle gravi conseguenze derivanti per l'Ente dall'introduzione del D. Lgs. n. 231/01, le violazioni delle prescrizioni contenute nel presente Codice saranno assoggettate a sanzioni disciplinari.

Ogni comportamento contrario alle disposizioni del Codice verrà perseguito e sanzionato, in quanto contrario ai principi cui si ispira la Società.

Le violazioni delle disposizioni del codice concretano una lesione del rapporto fiduciario con la Società e costituiscono un illecito disciplinare: l'applicazione delle sanzioni disciplinari prescinde dall'instaurazione di un eventuale procedimento penale.

Eventuali provvedimenti sanzionatori per violazione del codice saranno commisurati al tipo di violazione ed alle sue conseguenze per la Società e saranno adottati nel rispetto della normativa applicabile e dei contratti collettivi nazionali applicati dalla Società.

Per quanto concerne i collaboratori e i lavoratori autonomi ed i terzi, la violazione delle disposizioni contenute nel presente Codice potrà comportare la risoluzione del contratto ai sensi dell'art. 1453 del codice civile. L'imposizione agli stessi soggetti, pur quando espressamente prevista, di ciascuno dei doveri contemplati dal presente codice, si intende sempre condizionata dalle caratteristiche del rapporto con essi intercorrente, ed operante nei limiti compatibili con le stesse, e in particolare con l'autonomia che loro spetta e che si intende fatta salva e in alcun modo compromessa.

Il Modello organizzativo determina competenze e modalità di applicazione delle sanzioni.

7.3 Entrata in vigore

Il presente Codice Etico approvato dal Consiglio di Amministrazione, è entrato in vigore dal mese di dicembre 2015.