

CODICE ETICO

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Finalità ed ambito di applicazione

1. Le disposizioni contenute nel presente Codice Etico esprimono i principi fondamentali cui si ispira Telesurvey Italia srl, e costituiscono specificazioni esemplificative degli obblighi generali di diligenza, correttezza e lealtà che qualificano l'adempimento delle prestazioni lavorative e il comportamento nell'ambiente di lavoro.
2. Il Codice Etico è lo strumento di deontologia aziendale che ha l'obiettivo di formalizzare i principi e gli standard di comportamento da seguire in Telesurvey Italia. Nello stesso Codice si fissano le condizioni per la corretta applicazione di politiche e procedure specifiche di gestione. Si afferma quindi che il rispetto delle norme contenute in questo Codice Etico, delle leggi e delle norme in vigore in Italia, dei principi di correttezza e di onestà non è solo una questione legale ma un dovere morale.
3. La finalità principale è quella di assicurare che tutte le attività della società siano svolte con trasparenza, onestà, integrità, correttezza e buona fede. Tutti coloro che prestano la loro opera in Telesurvey Italia, senza distinzione di ruolo o eccezioni, sono tenuti a conoscere, osservare e far rispettare il Codice Etico nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità.

Art. 2

Destinatari

1. Le disposizioni del presente Codice Etico sono vincolanti per gli amministratori, per tutte le persone legate da rapporti di lavoro con Telesurvey Italia Srl, quale che sia il rapporto anche temporaneo che li lega alla stessa. Gli amministratori, i dipendenti e i collaboratori sono di seguito definiti "Destinatari".
2. In particolare ai destinatari viene chiesto di:
 - agire e comportarsi in linea con quanto indicato nel Codice;
 - segnalare ai propri responsabili tutte le violazioni del Codice, non appena ne vengano a conoscenza;

- cooperare nella definizione e nel rispetto delle procedure interne predisposte per dare attuazione al Codice;
 - consultare il proprio responsabile in relazione alle parti del Codice che necessitano di interpretazioni o chiarimenti.
3. Telesurvey Italia Srl non instaurerà o darà continuità a rapporti con chiunque rifiuti di rispettare i principi del Codice o, dopo averne preso visione, manifesti comportamenti in contrasto con le norme in esso contenute.

Art. 3

Comunicazione

1. Telesurvey Italia Srl provvede ad informare tutti i destinatari sulle disposizioni e sulla applicazione raccomandandone la scrupolosa osservanza.
2. In particolare, Telesurvey, attraverso le funzioni aziendali a ciò proposte provvede:
 - alla diffusione del Codice Etico presso i destinatari
 - all'interpretazione e al chiarimento delle disposizioni contenute
 - alla verifica dell'effettiva osservanza del Codice
 - agli eventuali futuri aggiornamenti del Codice Etico
3. Il Codice Etico è portato a conoscenza anche di tutti i soggetti terzi che ricevano incarichi da Telesurvey o che abbiano con essa rapporti stabili o temporanei.
4. Il Codice Etico è pubblicato, con adeguato rilievo, sul sito aziendale www.telesurvey.it.

Art. 4

Responsabilità

Ciascun destinatario svolge la propria attività lavorativa e il proprio incarico con lealtà, impegno professionale, diligenza, efficienza e correttezza, utilizzando al meglio gli strumenti e il tempo a sua disposizione ed assumendo le responsabilità connesse al ruolo assunto.

Art. 5

Correttezza

1. Tutte le azioni e i comportamenti tenuti da ciascuno dei destinatari nello svolgimento del proprio incarico sono ispirati a trasparenza, correttezza e reciproco rispetto nonché alla legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale. Il tutto secondo le norme vigenti e le procedure interne.
2. In particolare, non sono consentiti:
 - il perseguimento di interessi personali o di terzi a detrimento di quelli sociali;

- i comportamenti violenti verbali e non e quelli lesivi del decoro aziendale
 - l'abusivo sfruttamento, nell'interesse personale o di terzi, del nome e della reputazione di Telesurvey, nonché delle informazioni acquisite e delle opportunità di affari apprese nello svolgimento del proprio incarico o funzione;
 - l'uso di beni, simboli e attrezzature in uso ai destinatari per lo svolgimento del proprio incarico o funzione per scopi diversi da quelli ad essi propri.
3. Ciascun destinatario non accetta, ne effettua, per sé o per altri pressioni, raccomandazioni o segnalazioni che possano recare pregiudizio alla Telesurvey. Ciascun destinatario respinge e non effettua promesse e/o offerte indebite di denaro o altri benefici, salvo che questi ultimi siano di modico valore e non correlati a richieste di nessun genere.
 4. Il perseguimento dell'interesse della società non può mai giustificare una condotta contraria ai principi di onestà e correttezza.

Art. 6

Conflitto di interesse

- 1 I destinatari perseguono, nello svolgimento del proprio incarico o funzione, gli obiettivi e gli interessi generali di Telesurvey e si astengono, pertanto, da attività, comportamenti e atti comunque incompatibili con gli obblighi connessi al rapporto intrattenuto. I destinatari non devono trovarsi in qualsiasi situazione di conflitto di interesse tra attività economiche personali e mansioni ricoperte in Telesurvey.
2. I destinatari informano immediatamente il proprio superiore gerarchico di situazioni o attività nelle quali potrebbero essere titolari di interessi in conflitto (o qualora di tali interessi siano titolari prossimi congiunti) ed in ogni altro caso in cui ricorrano rilevanti ragioni di convenienza.
3. Sono proibiti comportamenti collusivi, favori, pressioni e sollecitazioni verso terzi al fine di ottenere vantaggi personali e/o di carriera per sé o per altri.

Art. 7

Riservatezza

1. Telesurvey garantisce il mantenimento della riservatezza delle informazioni riguardanti la società, gli amministratori, i dipendenti, i collaboratori, i clienti ed i fornitori.
2. Nell'ambito dello svolgimento delle proprio attività, i destinatari che venissero a conoscenza di dati sensibili e informazioni riservate si impegnano a trattarle in ottemperanza a tutte le leggi vigenti in materia di riservatezza e alle migliori prassi per la protezione della privacy. Sono considerati, a titolo esemplificativo, informazioni riservate: i piani

aziendali, i piani strategici/economici/finanziari/contabili, contratti e preventivi commerciali, accordi societari; i progetti e i piani di investimento; i dati relativi al personale, ai clienti, ai fornitori, agli utenti e, in generale, tutti i dati definiti personali da D. Lgs. N. 196/03.

3. I destinatari assicurano la massima riservatezza delle notizie e informazioni costituenti il patrimonio aziendale o inerenti all'attività di Telesurvey, acquisite o elaborate in occasione dell'espletamento del proprio incarico o funzione.
4. I destinatari che, per ragioni di ufficio, venissero a conoscenza di una informazione riservata, non devono comunicarla a terzi se non per ragioni di ufficio o professionali e comunque soltanto previa autorizzazione del proprio responsabile. Nelle comunicazioni a terzi deve essere dichiarato il carattere riservato delle informazioni trasmesse e l'obbligo alla riservatezza anche da parte del soggetto terzo. La circolazione interna o verso terzi dei documenti contenenti informazioni riservate, deve essere organizzata in modo attento e scrupoloso onde evitare pregiudizi nei confronti di Telesurvey. In particolare è fatto divieto di consultare dati riservati con scopi non professionali.
5. Ogni violazione sarà oggetto di specifico provvedimento disciplinare.

Art. 8

Utilizzo dei beni aziendali

1. Negli orari di lavoro, utilizzando gli strumenti di lavoro, i destinatari (amministratori, dipendenti, collaboratori) non possono svolgere attività che non siano strettamente connesse con i doveri di ufficio e/o che entrino in conflitto con gli interessi dell'azienda.
2. Ogni destinatario è tenuto ad operare con diligenza per tutelare le risorse aziendali attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte. E' unico responsabile delle risorse a lui affidate e ha il dovere di utilizzare i beni e le risorse aziendali, a cui ha accesso con modalità idonee a proteggerne il valore.
3. E' vietato ogni utilizzo di detti beni e risorse che sia in contrasto con gli interessi di Telesurvey o che sia dettato da motivi professionali estranei al rapporto in essere con la società. A titolo puramente esemplificativo e non esaustivo, sono considerate risorse aziendali gli articoli di cancelleria, gli strumenti informatici, la posta elettronica, gli arredi, i gadgets ecc.
4. Per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ogni destinatario è tenuto ad osservare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali per la protezione e il controllo dei sistemi informatici. In particolare è tenuto a:
 - adottare scrupolosamente le procedure previste dalle politiche di sicurezza aziendale, al fine di non compromettere la funzionalità e il livello di protezione dei sistemi informatici;
 - a non utilizzare propri programmi informatici per lo svolgimento dei compiti aziendali, tranne quelli creati in azienda;

- a non navigare su siti web caratterizzati da contenuti indecorosi e offensivi e comunque non attinenti all'attività professionale;
- ad astenersi dal duplicare abusivamente i programmi installati in azienda;
- ad astenersi dal duplicare abusivamente banche dati, documenti e comunque qualunque tipo di file se non a seguito di precisa autorizzazione

Art. 9

Omaggi e liberalità

1. E' fatto divieto di offrire direttamente o indirettamente e a titolo personale, denaro, regali o benefici di qualsiasi natura a cliente, fornitori, partner e a chiunque abbia rapporti con la società allo scopo di trarre indebiti vantaggi. Atti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità, sono consentiti solo ed esclusivamente con l'autorizzazione della Direzione, purché di modico valore e comunque tali da non compromettere l'integrità e la reputazione di una delle due parti e da non influenzare l'autonomia di giudizio del destinatario.
2. Allo stesso modo i destinatari non possono ricevere omaggi, inviti o trattamenti di favore, se non nei limiti delle normali relazioni di cortesia purché di valore puramente simbolico.

COMPORAMENTO NEGLI AFFARI

Art. 10

Relazioni d'affari

Telesurvey nello svolgimento delle relazioni d'affari si ispira ai principi di legalità, lealtà e correttezza.

Art. 11

Rapporti con i clienti

1. I rapporti intrattenuti con la clientela devono essere improntati a lealtà, trasparenza e riservatezza e caratterizzati da cortesia e professionalità.
2. Il personale, nell'ambito delle proprie competenze, deve offrire al cliente risposte soddisfacenti.
In tale ottica è cura dei dipendenti preposti al rapporto con la clientela fornire informazioni quanto più possibile chiare, complete e comprensibili all'interlocutore.
3. Nella scelta dei soggetti con cui intrattenere rapporti commerciali, il personale preposto deve rifiutare ogni forma di condizionamento, interno od esterno, volto a influenzarne le decisioni in modo non

rispondente all'interesse dell'azienda o ai principi di correttezza e trasparenza enunciati nel Codice Etico.

Art. 12

Rapporti con i fornitori

1. Telesurvey gestisce i rapporti con i fornitori ispirandosi a principi di legalità, lealtà ed efficienza.
2. La selezione dei fornitori e la determinazione degli acquisti di beni e/o servizi devono avvenire nel rispetto dei principi del presente Codice Etico.
3. Nei confronti dei fornitori, Telesurvey applica i medesimi principi che devono caratterizzare i rapporti commerciali con la clientela, verificando in particolare la qualità del servizio reso e le modalità di svolgimento del medesimo.
4. Nessun Destinatario, anche se soggetto a pressioni, deve promettere e/o versare somme, promettere e/o concedere beni di qualsiasi genere o altri benefici, anche indiretti, a fornitori. Nessun destinatario può eludere le suddette prescrizioni, ad esempio ricorrendo a forme diverse di aiuti o contribuzioni sotto veste di sponsorizzazioni, incarichi, consulenze, pubblicità, etc. che abbiano le finalità sopra citate.
5. La Società si impegna ad informare i fornitori in modo completo, veritiero, corretto e tempestivo sulle caratteristiche della propria attività, sulla natura dell'impresa e sulle forme e tempi di pagamento.

Art. 13

Rapporti con le istituzioni

1. I rapporti di Telesurvey nei confronti delle istituzioni pubbliche nazionali, comunitarie e internazionali ("Istituzioni") nonché nei confronti di pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio ovvero organi, rappresentanti, mandatari, esponenti, membri, dipendenti, consulenti, incaricati di pubbliche funzioni o servizi, di pubbliche istituzioni, di pubbliche amministrazioni, di enti pubblici, anche economici, di enti o società pubbliche di carattere locale, nazionale o internazionale ("Pubblici Funzionari") sono intrattenuti da ciascun Amministratore e da ciascun Dipendente, quale che sia la funzione o l'incarico, o, se del caso, da ciascun Collaboratore, nel rispetto della normativa vigente, dei principi definiti nel presente Codice Etico nonché delle procedure aziendali, sulla base dei criteri generali di correttezza, onestà e di lealtà.
2. Fermi restando tutti gli obblighi imposti dalla vigente normativa in materia, Telesurvey si astiene - nel corso di trattative d'affari, di richieste o di rapporti commerciali con le Istituzioni o con Pubblici Funzionari - dall'intraprendere (direttamente o indirettamente) le seguenti azioni:
 - esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che

possano avvantaggiare dipendenti delle Istituzioni o Pubblici Funzionari, a titolo personale;

- offrire, o in alcun modo fornire, accettare o incoraggiare omaggi, favori o pratiche commerciali o comportamentali che non siano improntati alla più aperta trasparenza, correttezza e lealtà e, in ogni caso, che non siano conformi alla vigente normativa applicabile;
 - sollecitare o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti o che comunque violino la parità di trattamento e le procedure di evidenza pubblica attivate dalle Istituzioni o da Pubblici Funzionari.
3. E' altresì 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.

Art. 14

Rapporti con i dipendenti

1. Telesurvey dichiara di attenersi ad un comportamento socialmente corretto nei confronti dei propri dipendenti ed in particolare si impegna :
 - a non impiegare persone di età inferiore ai 18 anni
 - a non impiegare persone che non siano libere di interrompere il contratto di lavoro come da normative
 - a non vietare, ostacolare o penalizzare l'attività sindacale
 - a manifestare rispetto per i lavoratori nelle azioni, nelle parole e nei comportamenti
 - a trattare tutti i lavoratori allo stesso modo, offrendogli pari possibilità e condizioni
 - a garantire un ambiente di lavoro sicuro e salubre
2. I rapporti con i dipendenti sono regolati da appositi contratti, in adempimento dei quali Telesurvey fornisce tutte le informazioni necessarie a definire le caratteristiche delle mansioni e delle attività da svolgere, gli elementi normativi che regolano il rapporto instaurato ed i compensi spettanti.
3. Tutti i dipendenti devono agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi assunti con la sottoscrizione del contratto di lavoro, assicurando le prestazioni richieste ed uniformando i propri comportamenti all'osservanza della Legge, dei regolamenti e della normativa interna, dei contratti di lavoro, dei codici di comportamento di categoria ed aziendali, nonché del Codice Etico.
4. Nella scelta dei propri dipendenti Telesurvey si attiene a criteri di

correttezza e buona fede, incentrando le selezioni sulla corrispondenza dei profili dei candidati alle attuali e/o prospettive esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità e senza attuare discriminazioni di genere, di nazionalità, di origine etnica, di età, di religione o di orientamento politico.

Art. 15

Rapporti con i collaboratori esterni

Le disposizioni relative ai dipendenti di cui al precedente art. 14 si applicano, in quanto compatibili, anche ai rapporti con i collaboratori esterni.

Art. 16

Rapporti con gli organi di informazione

1. I rapporti con la stampa e con gli altri mezzi di informazione sono riservati alla Direzione e alle funzioni aziendali preposte.
2. Le comunicazioni verso l'ambiente esterno devono essere veritiere, trasparenti e conformi alle politiche ed ai programmi aziendali. Il Personale non può rilasciare comunicazioni formali o informali verso l'esterno senza espressa autorizzazione della funzione competente.

CONTABILITA', SISTEMA DEI CONTROLLI INTERNI E PROCEDURE

Art. 17

Trasparenza della contabilità

1. Telesurvey è consapevole dell'importanza della trasparenza, accuratezza e completezza delle informazioni contabili e si adopera per disporre di un sistema amministrativo-contabile affidabile nel rappresentare correttamente i fatti di gestione e nel fornire gli strumenti per identificare, prevenire e gestire i rischi di qualsivoglia natura, le frodi e i comportamenti scorretti (bilancio assoggettato a revisione da società esterna).
2. Tutti i destinatari sono tenuti ad operare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente, in modo che il sistema amministrativo-contabile sia in grado di fornire tutte le informazioni richieste dalle normative civilistiche e fiscali, nonché dalle esigenze di una corretta gestione. Tutti i destinatari, a qualsiasi titolo coinvolti nelle attività di formazione del bilancio, devono tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e regolamentari e delle procedure aziendali, al fine di fornire un'informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria di Telesurvey.

3. Tutte le azioni, le operazioni e le transazioni poste in essere nell'interesse o a vantaggio della Società devono essere ispirate alla legittimità sotto l'aspetto sia formale che sostanziale e alla chiarezza e verità nei riscontri contabili, secondo le norme vigenti e le procedure stabilite.

Art. 18

Sistema dei controlli interni

Per sistema di controlli interni si intende l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative che mirano ad assicurare il rispetto delle strategie aziendali ed il conseguimento dell'efficacia e dell'efficienza dei processi aziendali. I controlli interni mirano alla salvaguardia dei valori, dell'affidabilità e integrità delle informazioni contabili e gestionali, della conformità delle attività con la legge, con i regolamenti e le procedure adottate.

Art. 19

Le procedure interne

Tutti coloro che operano in Telesurvey o hanno rapporti a vario titolo con essa, quali Amministratori, Dipendenti, consulenti, etc. debbono osservare nel modo più rigoroso le procedure aziendali che regolano le varie operazioni e funzioni. Eventuali inosservanze sono sanzionabili.

SALUTE, SICUREZZA E AMBIENTE

Art. 20

1. Nell'ambito della propria attività Telesurvey si ispira al principio di rispetto e salvaguardia dell'ambiente e persegue l'obiettivo di tutelare la sicurezza e la salute dei destinatari, adottando tutte le misure previste a tal fine dalla legge.
2. Telesurvey si impegna a creare un ambiente di lavoro adeguato dal punto di vista della sicurezza e della salute psico-fisica, contrastando tutti i comportamenti discriminatori o lesivi della dignità della persona senza distinzione di genere, di nazionalità, di origine etnica, di età, di religione o di orientamento politico.
3. Tutto il personale deve attenersi scrupolosamente alle disposizioni interne dettate in materia di sicurezza e salute, astenendosi dal porre in essere condotte potenzialmente nocive per la salute e l'integrità fisica proprie ed altrui, segnalando ai propri superiori o alle strutture aziendali competenti eventuali situazioni di pericolo o violazioni della normativa interna.

4. Telesurvey si impegna a predisporre e realizzare piani di intervento per migliorare l'uso delle risorse. Si impegna a perseguire il risparmio energetico e a combattere lo spreco di materiali.

SISTEMA SANZIONATORIO

Art. 21

Le sanzioni

1. La violazione delle disposizioni contenute nel presente Codice Etico comporta, a carico dei destinatari responsabili di tali violazioni - laddove ritenuto necessario per la tutela degli interessi aziendali e compatibilmente con quanto previsto dal quadro normativo vigente - l'applicazione dei provvedimenti sanzionatori indicati nei punti 2,3 e 4 del presente articolo.
2. L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti dell'azienda ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile. Le violazioni delle norme del Codice Etico potranno costituire inadempimento delle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, nel rispetto delle procedure previste dall'art. 7 dello Statuto dei Lavoratori, con ogni conseguenza di Legge, anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalle stesse derivanti.
3. L'osservanza del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai collaboratori non subordinati e/o soggetti aventi relazioni d'affari con la Società. La violazione delle norme del Codice Etico potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di Legge, anche in ordine alla risoluzione del contratto e/o dell'incarico e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.
4. Qualsiasi comportamento posto in essere dai destinatari che intrattengono rapporti con la Società, in contrasto con le regole previste nel Codice etico, potrà determinare l'immediata risoluzione del rapporto contrattuale, oltre all'eventuale richiesta di risarcimento danni.
5. La società si impegna a prevedere e ad irrogare, con coerenza, imparzialità ed uniformità, sanzioni proporzionate alle rispettive violazioni del Codice e conformi alle vigenti disposizioni in materia di regolamentazione dei rapporti di lavoro.

Art. 22

Segnalazioni delle violazioni

1. Le segnalazioni delle violazioni ed i quesiti dovranno essere indirizzati alla Direzione.



2. Ogni violazione segnalata nella sua specifica fattispecie, determinerà il rinvio degli aspetti sanzionatori all'applicazione delle leggi, dei regolamenti e/o dei contratti (di lavoro, di collaborazione, di appalto o altri).
3. A coloro che inoltreranno le segnalazioni viene garantita l'assenza di qualsiasi ritorsione o atto che possa costituire una forma di discriminazione o ritorsione.

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 23

Il Codice Etico è approvato dal Consiglio di Amministrazione di Telesurvey Italia srl. Eventuali futuri aggiornamenti in relazione all'evoluzione economica, finanziaria ed operativa di Telesurvey nonché all'evoluzione della sensibilità civile, saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione e diffusi tempestivamente a tutti i destinatari.

Milano, luglio 2016