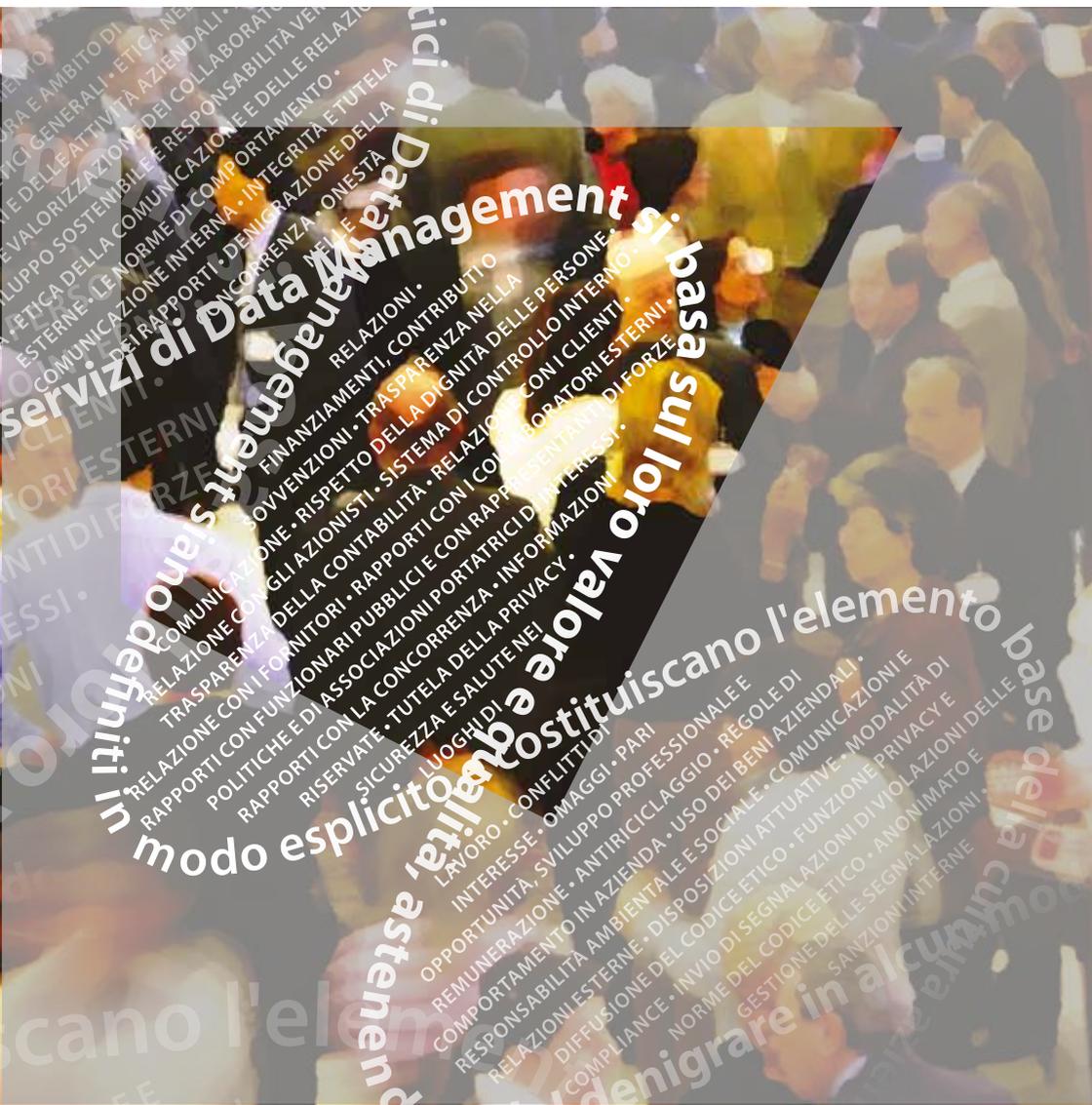


# Codice Etico



 DATA MANAGEMENT

ZUCCHETTI



<b>SEZIONE PRIMA</b>	<b>INTRODUZIONE</b>	<b>3</b>
1.	Presentazione della Società	4
2.	Natura e finalità del Codice	4
3.	Obiettivi	5
4.	Normativa di riferimento	6
5.	Destinatari	6
6.	Struttura e pubblicità	7

<b>SEZIONE SECONDA</b>	<b>PRINCIPI ETICI GENERALI</b>	<b>9</b>
------------------------	--------------------------------	----------

<b>SEZIONE TERZA</b>	<b>NORME DI COMPORTAMENTO</b>	<b>19</b>
1.	Principi di comportamento generali	20
2.	I principi nei rapporti con gli Azionisti	21
3.	Sistema di controllo interno	22
4.	Trasparenza della contabilità	23
5.	I principi nella relazione con i Clienti	24
6.	I principi nella relazione con i Fornitori	25
7.	I principi nei rapporti con i Collaboratori esterni	25
8.	I principi nei rapporti con Funzionari Pubblici e con Rappresentanti di forze politiche e di associazioni portatrici di interessi	26
9.	Rapporti con la concorrenza	27
10.	I principi in materia di informazioni riservate e tutela della privacy	27
11.	Sicurezza e salute nei luoghi di lavoro	28
12.	Conflitti di interesse	29
13.	Omaggi	29
14.	Pari opportunità, sviluppo professionale e remunerazione	30
15.	Antiriciclaggio	31
16.	Regole di comportamento in azienda	31
17.	Uso dei beni aziendali	32
18.	Responsabilità ambientale e sociale	32
19.	Comunicazioni e relazioni esterne	33

<b>SEZIONE QUARTA</b>	<b>DISPOSIZIONI ATTUATIVE</b>	<b>35</b>
1.	Modalità di diffusione del Codice Etico	36
2.	Funzione Privacy e Compliance	37
3.	Invio di segnalazioni di violazioni delle norme del Codice Etico	38
4.	Attività di verifica della fondatezza della segnalazione	38
5.	Sanzioni interne	39

...MATIVA • STRUT...  
...ONE • PRINCIPI ETICI GE...  
...E DEGLI AFFARI E DELLE ATTIVITÀ...  
...RO, TUTELA E VALORIZZAZIONE DEI COL...  
...LETIVITÀ • ETICA DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI...  
...ESTERNE • LE NORME DI COMPORTAMENTO •  
...COMUNICAZIONE INTERNA • INTEGRITÀ E TUTELA...  
...DEI RAPPORTI • CONCORRENZA • ONESTÀ...  
...RELAZIONI...  
...FINANZIAMENTI, CONTRIBUTI...  
...SOVVENZIONI • TRASPARENZA NELLA...  
...COMUNICAZIONE...  
...RELAZIONE CON GLI AZIONISTI • SISTEMA DI...  
...TRASPARENZA DELLA CONTABILITÀ • RELAZIONE CON...  
...RELAZIONE CON I FORNITORI • RAPPORTI CON I COLLABORAT...  
...RAPPORTE CON I FUNZIONARI PUBBLICI E CON RAPPRESENTA...  
...POLITICHE E DI ASSOCIAZIONI PORTATRICI DI INTER...  
...RAPPORTI CON LA CONCORRENZA • INFORMAZIO...  
...RISERVATE • TUTELA DELLA PRIVACY •  
...SICUREZZA E SALUTE NEI...  
...LUOGHI DI...  
...VALORE e qualità...  
...costituis...  
...CONFLITTI DI...  
...OMAGGI • PARI...  
...PROFESS...  
...AGG...

# :: SEZIONE PRIMA

## Introduzione

## 1. Presentazione della Società

**Data Management è uno dei leader del mercato italiano delle soluzioni e dei servizi per l'amministrazione e la gestione integrata delle risorse Umane, in particolare nei settori Industria, Grande Distribuzione, Istituti di Credito, Servizi.**

Nel 2019 Data Management è entrata a far parte del Gruppo Zucchetti. L'offerta di soluzioni di Human Resources Management (HRM) è tra le più ampie e complete presenti sul mercato. La suite di prodotti GEPE per la Gestione del Personale è la soluzione di riferimento per centinaia di Clienti. Nei servizi di outsourcing per l'amministrazione del Personale, Data Management gestisce integralmente i processi e i sistemi informativi per l'amministrazione del personale di migliaia di dipendenti. Le soluzioni software gestionali offerte da Data Management S.r.l. sono realizzate e studiate per soddisfare le specifiche esigenze di:

- aziende di qualsiasi settore e dimensione, banche e assicurazioni;
- professionisti (commercialisti, consulenti del lavoro, avvocati, curatori fallimentari, notai ecc.), associazioni di categoria e CAF;
- pubblica amministrazione locale e centrale (Comuni, Province, Regioni, Ministeri, società pubbliche ecc.).

## 2. Natura e finalità del Codice

**Data Management S.r.l. svolge le sue attività nella massima trasparenza ed eticità, con integrità morale e correttezza, perseguendo le finalità statutarie nel rispetto della sua missione aziendale.**

La società ha ritenuto necessario definire, con il presente documento, l'insieme dei principi etici e dei valori che devono ispirare le condotte e i comportamenti di coloro che, dall'interno e dall'esterno, operano nella sfera di azione della società stessa.

Il Codice Etico rappresenta dunque uno strumento suscettibile di applicazione sul piano generale da parte della Società, allo scopo di esprimere e applicare i principi di deontologia aziendale che Data Management riconosce come propri. Tale strumento, infatti, individua l'insieme di valori che costituiscono l'etica sociale, i principi guida nonché le direttive fondamentali cui devono conformarsi le attività sociali e i comportamenti di tutti coloro ai quali il Codice è destinato. Esso è rivolto a tutti coloro che operano all'interno di Data Management, o che comunque sono ad essa legati, affinché i principi etici cui si ispira risultino chiari, inequivocabili e comprensibili.

### 3. Obiettivi

Con il presente Codice Etico, la società:

- definisce e divulga i principi etici a cui la Società si ispira nei rapporti con gli Stakeholder;
- indica i principi alla cui osservanza sono tenuti i Destinatari, raccomandando, promuovendo o vietando determinate condotte e/o comportamenti;
- individua i principi e le regole di comportamento cui la società riconosce un valore etico positivo al fine di indirizzare la propria attività e quella dei Destinatari verso un percorso di legalità, integrità, trasparenza, professionalità, uguaglianza e non discriminazione;
- nei confronti delle Istituzioni, garantisce di lavorare all'interno delle regole stabilite e condivise e rendere disponibile e chiara la natura dei propri scopi, svolgere il proprio lavoro garantendo la massima riservatezza e conciliare i propri scopi con le esigenze sociali.
- nei confronti dei Portatori di Interesse (Stakeholders) garantisce di:

- a. informare sulle operazioni in cui essa è coinvolta, che potrebbero influenzare le loro decisioni;
- b. redigere il bilancio e tutti i documenti obbligatori in modo chiaro, trasparente e veritiero;
- c. comportarsi in modo leale, evitando conflitti di interesse;
- d. assicurare la riservatezza sulle informazioni ricevute nel rispetto della normativa sulla privacy.

Si considerano Portatori di Interesse nei confronti di Data Management tutti coloro che intrattengono un dialogo costante con essa e che hanno contribuito alla generazione del suo valore, perché motivati da obiettivi comuni.

## 4. Normativa di riferimento

**Il presente Codice Etico è stato redatto garantendo la piena conformità di quanto contenuto e prescritto rispetto alle vigenti normative e, in particolare, in ossequio a quanto previsto dal D. Lgs. n. 231/2001.**

## 5. Destinatari

**Il presente Codice Etico si applica a Data Management S.r.l. ed è conseguentemente vincolante per tutti i dipendenti e i Collaboratori, anche occasionali, i partner e chiunque svolga attività in nome e per conto della società.**

Data Management richiede, inoltre, a tutte le imprese collegate o partecipate e ai principali fornitori una condotta in linea con i principi generali del presente Codice.

Sono altresì destinatari del Codice Etico, impegnati a osservare i principi in esso contenuti e sottoposti a eventuali sanzioni per violazione delle sue disposizioni, tutte le persone fisiche e/o giuridiche che ri-

vestono funzioni di rappresentanza, amministrazione o di direzione della Società o di una sua unità organizzativa, nonché tutte quelle che esercitano, anche di fatto, la gestione e il controllo della Società e tutti coloro che operano per il conseguimento degli obiettivi della stessa.

## 6. Struttura e pubblicità

Il presente Codice Etico è ripartito in quattro sezioni:

- **INTRODUZIONE**
- **PRINCIPI ETICI GENERALI**, che raccolgono la missione imprenditoriale e il modo più corretto di realizzarla;
- **NORME DI COMPORTAMENTO ETICO**;
- **DISPOSIZIONI ATTUATIVE**.

Rispetto a tutti i destinatari del presente Codice, Data Management si impegna a garantire:

- un'appropriate divulgazione del presente documento rendendolo disponibile a tutti e attuando eventuali adeguati programmi di formazione/ informazione;
- una periodica revisione e aggiornamento, con lo scopo di assicurare un Codice sempre in linea con l'evoluzione della sensibilità della società civile, delle condizioni ambientali e delle normative.

Data Management, volendo focalizzare l'attenzione sull'importanza che assegna al presente Codice, considera quest'ultimo quale norma integrativa della disciplina di ogni rapporto di lavoro.

Alla luce di ciò, pertanto, tutti coloro che entrano in contatto con Data Management si impegnano a comportarsi in linea con quanto indicato dal Codice, a consultare il proprio responsabile rispetto a eventuali dubbi o possibili interpretazioni di parti del Codice e segnalare tutte le violazioni dello stesso di cui possono venire a conoscenza.

...MATIVA • STRUT...  
...ONE • PRINCIPI ETICI GEN...  
...E DEGLI AFFARI E DELLE ATTIVITÀ...  
...RO, TUTELA E VALORIZZAZIONE DEI COL...  
...O PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE E RESPONSAB...  
...LETTIVITÀ • ETICA DELLA COMUNICAZIONE E DELLE REL...  
...ESTERNE • LE NORME DI COMPORTAMENTO •  
...COMUNICAZIONE INTERNA • INTEGRITÀ E TUTELA  
...DEI RAPPORTI • CONCORRENZA • ONESTÀ  
...RELAZIONI •  
...FINANZIAMENTI, CONTRIBUTI  
...SOVVENZIONI • TRASPARENZA NELLA  
...COMUNICAZIONE • DIGNITÀ DEL  
...RELAZIONE CON GLI AZIONISTI • SISTEMA DI COLLABORAZ...  
...TRASPARENZA DELLA CONTABILITÀ • RELAZIONE CON  
...RELAZIONE CON I FORNITORI • RAPPORTI CON I COLLABORAT...  
...RAPPORTI CON I FUNZIONARI PUBBLICI E CON RAPPRESENTA...  
...POLITICHE E DI ASSOCIAZIONI PORTATRICI DI INTER...  
...RAPPORTI CON LA CONCORRENZA • INFORMAZIO...  
...RISERVATE • TUTELA DELLA PRIVACY •  
...SICUREZZA E SALUTE NEI  
...LUOGHI DI  
...VALORE e qualità  
...costituis...  
...VORO • CONFLITTI DI  
...OMAGGI • PARI  
...O PROFESS...  
...AGG...

# ::: SEZIONE SECONDA

## Principi Etici Generali

**Il presente Codice Etico è stato elaborato per garantire che i Principi Etici fondamentali di Data Management siano esplicitamente definiti e costituiscano l'elemento base della cultura aziendale, nonché lo standard di comportamento di tutti i destinatari nella conduzione degli affari e delle loro attività.**

La missione di Data Management è perseguire l'eccellenza nei servizi e nelle soluzioni di informatica ai più alti standard qualitativi, valorizzando le competenze e l'innovazione tecnologica in iniziative di crescita che si accompagnino al mantenimento di alleanze e partnership strategiche con i principali attori del mercato dell'Information Technology, per creare valore per i propri Azionisti, soddisfazione dei Clienti e crescita professionale dei Collaboratori.

Data Management non esaurisce la sua sfera d'azione al proprio interno, bensì si confronta continuamente con l'ambiente esterno assicurando al mercato in generale, con particolare riferimento al sistema di relazioni con gli stakeholder, comportamenti improntati al massimo rispetto dei valori di correttezza e lealtà.

Data Management aspira a mantenere e sviluppare un forte rapporto di fiducia con i suoi stakeholder, ossia con quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni, il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di Data Management o che hanno interessi in gioco nel suo perseguimento.

Inoltre, sono stakeholder tutti quei soggetti o gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività di Data Management, quali le comunità locali e nazionali in cui Data Management opera.

Il presente Codice è improntato a un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno.

## **A) PRINCIPIO DI LEGALITÀ**

**I Collaboratori sono tenuti al rispetto delle leggi e normative vigenti, del Codice Etico e delle norme interne aziendali, applicandole con rettitudine e lealtà.**

La società ha come principio etico imprescindibile il rispetto della normativa vigente. In nessun caso il perseguimento dell'interesse di Data Management può giustificare una condotta non conforme al principio di legalità.

## **B) PRINCIPIO DI INTEGRITÀ**

**Data Management si impegna a garantire un operato imparziale e a evitare trattamenti di favore e disparità di servizio. La società persegue i propri obiettivi di business nel rispetto del principio di integrità intesa quale correttezza, onestà e lealtà nei rapporti interni ed esterni.**

## **C) TRASPARENZA, CHIAREZZA E VERIDICITÀ DELL'INFORMAZIONE**

**Data Management si ispira al principio della trasparenza e della completezza dell'informazione nello svolgimento delle sue attività, nella gestione delle risorse finanziarie utilizzate e nella conseguente rendicontazione e registrazione contabile.**

I Collaboratori sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili e accurate, di modo che, nell'impostare i rapporti con l'azienda, gli stakeholder siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti.

In particolare, la formulazione di ogni contratto specifica al contraente i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste, in modo comprensibile e trasparente.

Qualsiasi rapporto di lavoro non può essere definito tale se non caratterizzato da dinamiche di trasparenza e chiarezza dell'informazione.

Data Management si impegna a mantenere saldo il legame tra la propria impronta etica e la dimensione della qualità offerta dai propri servizi. Rispetto all'etica nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, Data Management fonda le sue azioni sul rispetto di principi basilari, quali la trasparenza e la chiarezza dell'informazione, l'integrità, la legalità, il rispetto della dignità delle persone e la lealtà.

#### **D) PRINCIPIO DI UGUAGLIANZA E NON DISCRIMINAZIONE**

**La società riconosce uguale dignità di tutti i soggetti coinvolti nelle proprie attività e non ammette alcuna forma di discriminazione.**

#### **E) PRINCIPIO DI LEALTÀ**

**Data Management assicura, quale suo fondamentale valore, la massima lealtà in ogni rapporto sia interno che esterno all'azienda, garantendo fedeltà alla parola data, alle promesse e ai patti, anche in assenza di prova scritta.**

Ogni Collaboratore deve essere consapevole che il raggiungimento degli obiettivi fissati è direttamente proporzionale al senso di responsabilità e di lealtà investito.

#### **F) PRINCIPIO DI VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE**

**Data Management agisce rispettando i diritti fondamentali di ogni individuo, tutelandone l'integrità morale e assicurando uguali opportunità. Pertanto, al suo interno, Data Management desidera mantenere un ambiente di lavoro sereno, in cui tutti possano lavorare nel rispetto delle leggi, dei principi e dei valori condivisi.**

Data Management non tollera alcuna forma di isolamento, sfruttamento o molestia per qualsiasi causa di discriminazione, per motivi personali o di lavoro da parte di qualunque Collaboratore verso un altro Collaboratore.

È vietata ogni tipo di discriminazione basata sulla diversità di razza,

lingua, colore, fede e religione, affiliazione politica, nazionalità, etnia, età, sesso e orientamento sessuale, stato coniugale, invalidità e aspetto fisico, condizione economico-sociale; sono vietate concessioni di qualsiasi privilegio legato ai motivi sopra elencati, fatto salvo quanto previsto dalle norme vigenti.

Data Management vieta qualsiasi sanzione disciplinare nei confronti di Collaboratori che abbiano legittimamente rifiutato una prestazione di lavoro richiestagli indebitamente da qualsiasi soggetto a essa legato. I Collaboratori di Data Management costituiscono un fattore indispensabile per il successo dell'azienda. Per questo motivo, Data Management tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare e di accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute da ciascun Collaboratore.

L'etica del lavoro, propria di Data Management, interpreta il mondo lavorativo in una dimensione "perfettibile", non stagna nella semplicistica idea di "status quo" morale, bensì propone prospettive di progresso, di miglioramento della qualità e della dignità lavorativa dei propri Collaboratori.

Data Management poggia le basi della sua politica sulla volontà di indirizzare verso impieghi eticamente corretti le tecnologie e la distribuzione più equa delle risorse e della ricchezza.

L'obiettivo principale di Data Management, pertanto, è quello di perseguire un profitto etico, senza limitarsi a un concetto di profitto tout court. In questo quadro è fondamentale la tutela e la valorizzazione dei Collaboratori, che costituiscono la comunità attorno alla quale cucire il significato di profitto, dando un senso al valore della ricchezza.

Il presente Codice, pertanto, mira non solo a costituire un insieme di regole di comportamento necessarie a soddisfare le richieste di una sana etica lavorativa, bensì costituisce prova tangibile del desiderio di investire in una crescita morale individuale e di consapevolezza di ogni singolo Collaboratore.

I Collaboratori approfondono nei confronti di Data Management costante impegno per dare il meglio delle competenze acquisite, ferma restando la consapevolezza di migliorarle continuamente tramite gli strumenti offerti dall'azienda e la volontà personale.

Il riconoscimento dei risultati raggiunti, le potenzialità professionali e le competenze espresse costituiscono le pietre angolari dello sviluppo professionale dei Collaboratori di Data Management.

Nello specifico, la selezione, la formazione, la gestione e lo sviluppo professionale vengono effettuate senza discriminazione alcuna, secondo criteri di merito, di competenza e di professionalità.

Perseguendo tali principi e premiando esclusivamente secondo detti criteri, Data Management assicura la tutela del principio delle pari opportunità e gestisce su tali basi gli avanzamenti di carriera e quelli retributivi, in un confronto continuo ed equilibrato con il mercato di riferimento e assicurando trasparenza, serietà, correttezza e chiarezza sui metodi di valutazione applicati.

Data Management offre a tutti i suoi Collaboratori adeguati strumenti e opportunità di crescita professionale. La società considera l'apprendimento e la formazione un modello di acquisizione permanente, per mezzo del quale è possibile raggiungere conoscenza, comprendere e interpretare efficacemente il cambiamento, acquisire nuove idee, migliorare la produttività, maturare una crescita individuale e complessiva dell'azienda.

## **G) PRINCIPIO DI RISERVATEZZA**

**Data Management assicura la riservatezza di ogni informazione in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo casi di espressa e consapevole autorizzazione e conformità alle norme giuridiche vigenti. I Collaboratori, anche dopo eventuale cessazione del rapporto di lavoro, non devono diffondere, né fare altro uso non autorizzato delle informazioni acquisite all'interno dell'azienda.**

Tutte le informazioni riservate devono essere utilizzate esclusivamente per scopi istituzionali e comunque in modo da non recare all'interessato alcun danno economico o morale.

#### **H) ASSENZA DI CONFLITTO DI INTERESSE**

**Al fine di garantire il principio di trasparenza e correttezza e rispettare la fiducia dei propri Investitori e Clienti, Data Management vigila affinché i propri Collaboratori non vengano mai a trovarsi in condizioni di conflitto di interesse.**

I Collaboratori si impegnano ad assicurare che ogni decisione di business è presa nell'interesse della Società, scevra da conflitti di interesse tra ruolo ricoperto in Società e attività economiche di tipo personale. Data Management persegue l'indipendenza di giudizio e di scelta di ogni suo Collaboratore.

#### **I) SALVAGUARDIA DELLA SALUTE E TUTELA DELLA PERSONA**

**Data Management considera i propri Collaboratori quale leva primaria dell'attività lavorativa, coinvolgendoli nel business aziendale, offrendo loro servizi che migliorino la qualità della vita e garantendo un clima lavorativo basato sull'attenzione, l'ascolto, la fiducia e il riconoscimento professionale.**

Al fine di garantire tale contesto, Data Management promuove condizioni di lavoro che tutelino l'integrità psicologica delle persone, favoriscano la creatività e propositività, la partecipazione attiva, la capacità di lavorare in team e l'assunzione di responsabilità.

Data Management, inoltre, si impegna a tutelare l'integrità morale dei propri Collaboratori salvaguardandoli da atti di violenza psicologica e contrastando qualsiasi forma discriminatoria o lesiva della persona e delle sue idee.

Data Management ripudia tutte le forme di molestie sessuali, situazioni di mobbing-bossing e comportamenti o affermazioni verbali che possano turbare la sensibilità della persona.

Chiunque ritenga di essere stato oggetto di almeno uno dei casi sopra elencati, deve segnalare l'accaduto all'azienda (nella figura del proprio responsabile) che valuterà l'effettiva violazione della norma del presente Codice.

## **L) IMPEGNO PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE E RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ**

**L'impegno professionale dei Collaboratori non può prescindere dall'identificazione dei propri obiettivi con quelli dell'azienda, che a sua volta riconosce, rispetta e tutela l'etica e la morale dei suoi Collaboratori.**

Data Management pone al centro delle proprie attività l'innovazione, ritenendo che quest'ultima necessiti a livello organizzativo di un elevato dinamismo e attenzione per le persone che fanno parte dell'azienda, per i Clienti e per gli Investitori.

In Data Management l'innovazione non attiene solo al quadro strettamente tecnologico, ma anche alla sfera delle relazioni umane.

A tal fine, essa fonde i valori tecnologici con quelli etici, proponendo, al suo interno, un clima di fiducia diffusa da cui consegue una migliore efficienza operativa, fondata sulla sinergia tra individuo e impresa.

L'elemento chiave, relativo al desiderio di diffondere una coscienza ambientale, consiste nella connessione tra imperativi economici e valori etici. Data Management, mediante il presente Codice, riconosce il valore della dimensione sociale e ritiene che quest'ultimo si manifesti solo attraverso la responsabilità individuale.

## **M) PROMOZIONE DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE**

**Data Management si impegna a diffondere e consolidare una salda cultura e coscienza ambientale, operando sempre nel rispetto delle leggi vigenti e applicando le migliori tecnologie disponibili.**

Il principio a cui Data Management si ispira nasce dalla volontà di creare, offrire e mantenere un ambiente sano all'interno dell'azienda, fino a estenderlo al più ampio concetto di preservare l'ambiente per le generazioni future. Data Management, infatti, programma lo sviluppo delle proprie attività valorizzando sempre le risorse naturali e promuovendo iniziative per una diffusa tutela dell'ambiente.

## **N) RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ**

**Data Management contribuisce allo sviluppo sociale coniugando l'obiettivo di efficienza economica con l'obiettivo di incrementare l'utilità sociale dei servizi erogati.**

Essa, infatti, non si limita a un modello univoco di progresso, bensì si impegna nel ruolo di "facilitatore" di uno sviluppo e di un benessere generalizzato e di ampio respiro rispetto alla collettività. Su tali basi, l'azienda è sia in grado di rispondere alle esigenze della collettività, sia di contribuire allo sviluppo economico, sociale e civile.

...MATIVA • STRUT...  
...ONE • PRINCIPI ETICI GEN...  
...E DEGLI AFFARI E DELLE ATTIVITÀ...  
...RO, TUTELA E VALORIZZAZIONE DEI COL...  
...O PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE E RESPONSAB...  
...LETTIVITÀ • ETICA DELLA COMUNICAZIONE E DELLE REL...  
...ESTERNE • LE NORME DI COMPORTAMENTO •  
...COMUNICAZIONE INTERNA • INTEGRITÀ E TUTELA  
...DEI RAPPORTI • CONCORRENZA • ONESTÀ  
...RELAZIONI •  
...FINANZIAMENTI, CONTRIBUTI  
...SOVVENZIONI • TRASPARENZA NELLA  
...COMUNICAZIONE • DIGNITÀ DEL  
...RELAZIONE CON GLI AZIONISTI • SISTEMA DI COLLABORAZ...  
...TRASPARENZA DELLA CONTABILITÀ • RELAZIONE CON  
...RELAZIONE CON I FORNITORI • RAPPORTI CON I COLLABORAT...  
...RAPPORTI CON I FORNITORI • RAPPORTI CON I COLLABORAT...  
...POLITICHE E DI ASSOCIAZIONI PORTATRICI DI INTER...  
...RAPPORTI CON LA CONCORRENZA • INFORMAZIO...  
...RISERVATE • TUTELA DELLA PRIVACY •  
...SICUREZZA E SALUTE NEI  
...LUOGHI DI  
...Valore e qualità  
...costituis...  
...CONFLITTI DI  
...OMAGGI • PARI  
...PROFESS...  
...AGG...

# :: SEZIONE TERZA

## Le Norme di Comportamento

## 1. Principi di comportamento generali

**La presente sezione illustra, nel dettaglio, le Regole di Comportamento, al fine di individuare con maggiore precisione le condotte cui tutti i soggetti che operano con Data Management devono uniformarsi nello svolgimento delle varie attività aziendali, rispettando coscientemente i Principi del Codice Etico.**

In attuazione dei principi etici della società come sopra enunciati, i destinatari devono:

- adottare ogni presidio necessario a prevenire la violazione dei principi etici della società e vigilare sulla osservanza degli stessi,
- rispettare la normativa vigente e tutti i provvedimenti adottati dalle Autorità competenti;
- astenersi dal porre in essere comportamenti illegittimi o scorretti al fine di raggiungere gli obiettivi di business;
- tutelare e valorizzare le risorse umane garantendo pari opportunità di crescita umana e professionale nonché condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale;
- utilizzare responsabilmente le risorse aziendali al fine del rispetto dell'ambiente e dei diritti delle generazioni future e astenersi dall'utilizzarle per scopi diversi da quelli a esse proprie;
- competere lealmente sul mercato, astenendosi tra l'altro dal porre in essere e/o dall'incentivare comportamenti che possano integrare forme di concorrenza sleale ovvero impedire o turbare l'esercizio dell'industria o del commercio;
- astenersi dal porre in essere attività e/o comportamenti in contrasto con i compiti e le responsabilità loro assegnati;
- astenersi dal perseguire interessi personali o di terzi a detrimento di quelli sociali;
- improntare il proprio operato all'onesta nelle relazioni;
- garantire la trasparenza nella comunicazione;
- garantire l'integrità e la tutela dei rapporti;
- non denigrare la concorrenza: Data Management ritiene controproducente, in linea generale, descrivere i propri prodotti/servizi sulla base di confronti con prodotti/servizi di Società concorrenti.

L'unica modalità prevista per la commercializzazione dei prodotti/servizi forniti da Data Management consiste nel puntare sul loro valore e qualità, astenendosi dal denigrare in alcun modo la concorrenza.

Qualora fosse il Cliente a richiedere esplicitamente dei confronti con prodotti di Società concorrenti, è lecito evidenziare i vantaggi dei propri prodotti e servizi, assicurandosi che ogni confronto risponda ai criteri di equità e correttezza. Ciononostante, resta preferibile che sia il Cliente stesso a valutare e appurare in prima persona le eventuali comparazioni tra servizi e prodotti concorrenti.

Data Management vigila su tutte le proprie “aree di attività” affinché il suo operato si realizzi nel rispetto delle leggi vigenti, evitando ogni possibilità di incorrere in illeciti passibili di sanzioni sul piano penale e amministrativo.

## 2. I principi nei rapporti con gli Azionisti

**Data Management si impegna a mantenere un costante dialogo con la comunità degli Azionisti, nel rispetto delle leggi e norme secondo cui ogni Investitore e potenziale Investitore ha il diritto di ricevere le medesime informazioni per assumere ponderate scelte di investimento.**

Data Management ritiene necessario garantire a tutti gli Azionisti la documentazione informativa relativa alle attività svolte e ai risultati raggiunti.

A ogni Azionista, inoltre, si assicura la disponibilità, con ragionevole anticipo, dei documenti predisposti per l'assemblea, la regolare partecipazione dell'Amministratore ai lavori assembleari, l'ordinato e funzionale svolgimento delle assemblee, nel rispetto del fondamentale diritto di ciascun Azionista di richiedere chiarimenti sui diversi argomenti in discussione e di esprimere la propria opinione.

Oltre a ciò, Data Management assicura la sua attenta vigilanza per prevenire coalizioni di Soci, volte a far prevalere interessi particolari, garantendo una corretta informazione per tutti.

L'azienda tutela e fa prevalere l'interesse degli Azionisti nel complesso, rispetto all'interesse particolare del singolo. Le operazioni sociali devono essere legittime, coerenti, congrue, conoscibili e tracciabili.

### 3. Sistema di controllo interno

**Data Management considera aspetto fondamentale della propria cultura organizzativa un adeguato e sano ambiente di controllo, la cui finalità ultima trova realizzazione nel miglioramento dell'efficienza ed efficacia delle relazioni aziendali, nella sensibilizzazione e nell'ulteriore responsabilizzazione al lavoro di ogni Collaboratore.**

Data Management si avvia con sempre crescente convinzione alla messa in atto di un Sistema di Controllo Interno, gestito dall'Amministratore Delegato in collaborazione con le varie strutture aziendali, per tutti quei processi di cui hanno responsabilità gestionale e specifica competenza.

Tale Sistema di Controllo sarà volto a garantire:

- il raggiungimento degli obiettivi aziendali;
- la salvaguardia dei beni aziendali;
- l'adozione di comportamenti e processi che garantiscano il rispetto della normativa vigente e che siano conformi alle direttive interne;
- l'efficacia, l'efficienza e l'economicità delle attività aziendali;
- l'affidabilità e accuratezza delle informazioni, anche contabili e finanziarie, che circolano nell'azienda o che sono divulgate ai terzi e al mercato;

- la riservatezza delle informazioni aziendali che non siano state oggetto di diffusione al pubblico.

## 4. Trasparenza della contabilità

**Data Management ritiene fondamentale fornire trasparenza, accuratezza e completezza delle informazioni contabili.**

A tale scopo si adopera per organizzare un sistema amministrativo-contabile affidabile, che rappresenti correttamente i fatti di gestione e fornisca gli strumenti per identificare, prevenire e gestire, nei limiti del possibile, rischi di natura finanziaria e operativa, oltre che frodi a danno dell'azienda.

Le rilevazioni contabili e i documenti che da essa derivano devono basarsi su informazioni precise, esaurienti e verificabili e devono riflettere la natura dell'operazione cui fanno riferimento, nel rispetto dei vincoli esterni (norme di legge, principi contabili), nonché delle politiche, dei piani, dei regolamenti e delle procedure interne.

Le rilevazioni contabili devono consentire di:

- produrre situazioni economiche, patrimoniali e finanziarie accurate e tempestive destinate sia all'interno (per es. report per la pianificazione e il controllo, report di analisi di fatti specifici richiesti dal management etc.) sia all'esterno della Società (bilanci, documenti informativi, etc.);
- fornire gli strumenti per identificare, prevenire e gestire, nei limiti del possibile, rischi di natura finanziaria e operativa e frodi a danno della Società;
- effettuare controlli che permettano ragionevolmente di garantire salvaguardia del valore delle attività e la protezione dalle perdite.

I revisori sia interni che esterni devono avere libero accesso ai dati, ai documenti e alle informazioni necessarie per svolgere la loro attività. I Collaboratori devono operare affinché le operazioni di gestione siano rappresentate correttamente e tempestivamente, in modo che il sistema amministrativo-contabile possa conseguire tutte le finalità sopra descritte.

## 5. I principi nella relazione con i Clienti

**Al centro dell'attenzione della politica aziendale di Data Management c'è la soddisfazione del Cliente e la qualità della relazione con quest'ultimo, in una dimensione il più possibile duratura e comunicativa.**

Data Management aspira a una attiva collaborazione con i propri Clienti nella progettazione e produzione di soluzioni innovative e si impegna ad anticipare e rispondere velocemente alle mutazioni delle richieste dei Clienti, preservando una cultura che stimola il meglio di ciascun attore della relazione. Per creare e mantenere questa tipologia di rapporto, Data Management si impegna a:

- non discriminare arbitrariamente i Clienti né sfruttare posizioni di forza a loro svantaggio;
- operare nell'ambito delle leggi e normative vigenti;
- rispettare sempre gli impegni e obblighi assunti nei confronti del Cliente;
- adottare uno stile di comportamento improntato a efficienza, collaborazione e cortesia;
- fornire informazioni accurate e complete in modo da consentire al Cliente una decisione consapevole;
- attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie o di altra natura;
- richiedere ai Clienti di attenersi ai principi del codice etico e, quando previsto dalle procedure, includere nei contratti l'obbligazione espressa di attenersi;
- non condizionare la vendita di un prodotto/servizio all'acquisto da parte del Cliente di un altro prodotto/servizio senza l'approvazio-

ne del Reparto Legale, soprattutto quando il primo prodotto ha una quota di mercato dominante;

- segnalare tempestivamente al proprio superiore qualunque comportamento di un Cliente che appaia contrario ai Principi Etici del presente Codice.

## 6. I principi nella relazione con i Fornitori

**I Fornitori rivestono un ruolo fondamentale nel migliorare la competitività complessiva dell'azienda. Per ogni Fornitore viene garantito il rispetto dei principi delle pari opportunità, della lealtà e dell'imparzialità.**

I Collaboratori devono selezionare i fornitori sulla base dei Principi Etici del presente Codice e sono incoraggiati a creare e mantenere con essi relazioni stabili, trasparenti e collaborative, agendo sempre nel migliore interesse della Società. Ogni Collaboratore deve segnalare tempestivamente al proprio superiore qualsiasi comportamento di un Fornitore che appaia contrario ai Principi espressi in questo Codice.

## 7. I principi nei rapporti con i Collaboratori esterni

**La selezione dei Collaboratori esterni si basa su criteri di merito, competenza e professionalità.**

Si richiede a tutti i Collaboratori esterni (agenti, consulenti, rappresentanti, intermediari, etc.) di osservare scrupolosamente i Principi del presente Codice Etico e, quando previsto dalle procedure, includere nei contratti l'obbligazione espressa di attenersi. Qualsiasi comportamento di un Collaboratore esterno che appaia contrario ai Principi del presente Codice va segnalato al proprio responsabile o, comunque, ai vertici della Società.

Ogni Collaboratore interno all'azienda, in relazione alle proprie mansioni, garantisce, nei confronti di ogni Collaboratore esterno, un trattamento basato sull'estrema serietà, lealtà, chiarezza nelle comunicazioni e professionalità, nonché un operato conforme alle leggi e normative vigenti. Data Management, inoltre, assicura ai suoi Collaboratori esterni un costante interesse rispetto al soddisfacimento del rapporto tra il livello di prestazione, la qualità del lavoro, i costi e i tempi di realizzazione.

## 8. I principi nei rapporti con Funzionari Pubblici e con Rappresentanti di forze politiche e di associazioni portatrici di interessi

**Tutti i rapporti con funzionari pubblici, rappresentanti di forze politiche e di associazioni portatrici di interessi devono svolgersi nel massimo della trasparenza e della legalità.**

Nessun Collaboratore, nemmeno a seguito di pressioni illecite, può promettere o versare somme, beni in natura o altri benefici a titolo personale per promuovere o favorire interessi dell'azienda.

È vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici o loro familiari che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio. Tale norma riguarda sia i regali promessi che quelli ricevuti. Per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio (ad esempio, promesse di lavoro, etc.).

I regali offerti, salvo quelli di modico valore, devono essere documentati in modo adeguato per consentire verifiche e autorizzati dal responsabile di funzione.

## 9. Rapporti con la concorrenza

**Data Management persegue principi di correttezza e lealtà in tutti i suoi rapporti con la concorrenza.**

A tal fine, nessun Collaboratore può accettare o essere coinvolto in iniziative, quali accordi sui prezzi o quantità, suddivisione dei mercati, limitazione di produzione, accordi di collegamento, boicottaggio e rifiuto a trattare, che possono apparire come violazione delle leggi in materia di tutela della concorrenza e del mercato.

Qualora soggetti di imprese concorrenti dovessero proporre accordi che appaiano come violazioni delle normative in merito, il Collaboratore di Data Management deve esprimere chiaramente il proprio dissenso rispetto a tali discussioni, che possono essere di natura illegale, e deve informare tempestivamente il Reparto legale dell'accaduto.

## 10. I principi in materia di informazioni riservate e tutela della privacy

**Costituisce “informazione riservata” la conoscenza di un progetto, di una proposta, di una trattativa, di politiche di prezzo, di strategie di sviluppo societario, di un impegno, un accorso o un evento, anche se futuro e incerto, attinenti la sfera di attività aziendale.**

Sono considerati “riservati” i dati contabili e quelli consuntivi, anche consolidati della Società, fino a che non siano oggetto di diffusione al pubblico, a seguito di comunicazione effettuata secondo le norme.

Sono “riservati”, inoltre, tutti i dati relativi al personale. Ogni Collaboratore deve:

- rispettare la riservatezza delle notizie apprese nell'esercizio delle proprie funzioni, anche dopo la cessazione del rapporto lavorativo;

- consultare solo la documentazione alla quale è autorizzato ad accedere, facendone uso conforme ai doveri d'ufficio e consentendone l'accesso solo a chi ne abbia titolo;
- impegnarsi a evitare l'eventuale dispersione di dati, osservando le misure di sicurezza impartite, custodendo con ordine i documenti affidati ed evitando di farne copie inutili.

Nessun Collaboratore può rivelare a familiari e amici informazioni interne riservate, anche se a trarne potenziale profitto non è il Collaboratore in prima persona, bensì soggetti a lui riconducibili.

Possono essere divulgate solo le informazioni istituzionali (ad esempio, brochure divulgative), fermo restando il criterio per cui la divulgazione delle informazioni riservate è decisa solo dai responsabili delle informazioni. Data Management garantisce la tutela dei dati personali di ogni suo Collaboratore.

Nel caso in cui quest'ultimo dovesse dare informazioni di tipo personale, l'azienda si impegna a trattare le stesse nel rispetto delle normative di riferimento. Qualora si ricevessero domande su idee, preferenze, gusti personali o, in generale, sulla vita privata, ogni Collaboratore è autorizzato a non rispondere o comunque a denunciare l'accaduto alla Direzione del Personale.

## 11. Sicurezza e salute nei luoghi di lavoro

**Data Management garantisce la tutela e la sicurezza sui luoghi di lavoro per il proprio personale e per terzi, impegnandosi al rispetto della normativa sulla sicurezza sul lavoro e a promuovere la sicurezza di tutti i luoghi che costituiscono l'ambiente di lavoro stesso, anche al di là degli obblighi espressi di legge.**

## 12. Conflitti di interesse

**Si intende conflitto di interesse ogni situazione, occasione o rapporto in cui, anche solo potenzialmente, si vedano coinvolti interessi personali o di altre persone collegate (ad esempio familiari e amici) o di organizzazioni con cui si è a vario titolo coinvolti, che comunque possano far venir meno il dovere di imparzialità.**

È necessario astenersi dal partecipare all'adozione di decisioni, a procedimenti o a qualsiasi altra attività che possa generare conflitti di interesse. Chiunque venisse a conoscenza anche solo della possibilità di conflitto di interesse deve informare immediatamente il proprio responsabile o comunque i vertici dell'azienda.

## 13. Omaggi

**È totalmente contraria ai principi di Data Management la possibilità di offrire direttamente o indirettamente denaro, omaggi importanti o benefici di vario genere a titolo personale a Clienti, Fornitori, Istituzioni Pubbliche e Funzionari, allo scopo di trarne indebiti vantaggi.**

Sono consentiti atti di cortesia, di ospitalità e l'offerta di omaggi di modico valore. Eventualmente Data Management offre i suoi omaggi nella forma di donazioni o elargizioni a scopo di beneficenza, dopo aver ovviamente informato il destinatario. Nulla deve intaccare l'integrità e la reputazione di una delle parti coinvolte o influenzare l'autonomia del giudizio del destinatario dell'omaggio.

Uguualmente, nessun Collaboratore può ricevere omaggi o trattamenti di favore, se non di valore simbolico o comunque giustificati dal desiderio di instaurare e mantenere normali relazioni di cortesia.

Laddove un Collaboratore ricevesse un omaggio inopportuno o comunque non limitato a onorare un semplice rapporto di cordialità, deve darne immediata comunicazione al proprio responsabile, di modo da po-

terlo rimandare al mittente, accompagnato da un riferimento cartaceo che espliciti al donatore la politica, chiaramente espressa nel Codice Etico, in merito a questo argomento.

## 14. Pari opportunità, sviluppo professionale e remunerazione

**La possibilità di assunzione e/o eventuale avanzamento di carriera, derivanti, come già evidenziato, dal riconoscimento delle potenzialità professionali, dall'identificazione dei risultati raggiunti e dalle competenze espresse, si basa esclusivamente su criteri di oggettività e di trasparenza, garantendo pari opportunità e evitando qualsiasi forma di favoritismo.**

Data Management, sempre attenta alla gestione e allo sviluppo delle risorse umane, offre a tutti i suoi Collaboratori, a parità di condizioni, le medesime opportunità di miglioramento e di crescita professionale. Data Management favorisce il coinvolgimento sia pratico che emotivo dei singoli Collaboratori nelle attività aziendali, considerando il riconoscimento economico come un completamento di tale processo. Pertanto, in funzione della sua crescita, Data Management si impegna a utilizzare metodologie volte a ottenere una corretta valutazione delle attese dei propri Collaboratori, per poi fornire la formazione più adatta.

La formazione teorica precede solitamente quella pratica, tuttavia, in alcuni casi è possibile che teoria ed esperienza sul campo si muovano parallelamente, ferma restando la necessità di un “tutor” che segua da vicino le attività.

Nell'ambito del processo di integrazione di nuovi Collaboratori, Data Management è attenta all'inserimento di neo-laureati e assume tutto il proprio personale esclusivamente con regolare contratto, non tollerando alcuna forma di lavoro irregolare o di “lavoro nero”.

Relativamente all'aspetto remunerativo, Data Management si impegna ad assicurare e mantenere una struttura salariale competitiva nel con-

fronto con il mercato di riferimento, a partire dalla valutazione della professionalità, dei ruoli e dei risultati raggiunti.

Sia l'aggiornamento che la definizione della retribuzione ha luogo mediante criteri chiari, equi ed è oggetto di comunicazione con i diretti interessati.

## 15. Antiriciclaggio

**Nessun Collaboratore di Data Management, a nessun titolo, deve essere coinvolto in operazioni che possano comportare il riciclaggio di proventi da attività criminali o illecite.**

Nel caso in cui un Collaboratore si rendesse conto di situazioni di questo genere, pur se non direttamente coinvolto, deve tempestivamente informare il proprio superiore o comunque i vertici dell'azienda e contestualmente le autorità competenti.

## 16. Regole di comportamento in azienda

**Data Management ritiene fondamentale l'applicazione e la condivisione di alcune regole di comportamento in azienda da parte di tutti i suoi Collaboratori, sia relative ai rapporti interpersonali che all'immagine. Tutti sono tenuti a indossare abiti adeguati al contesto lavorativo.**

Non è ammesso l'utilizzo di un linguaggio inappropriato o di basso livello. È preferibile evitare l'uso di espressioni smisurate, sia nelle comunicazioni verbali che nelle dimostrazioni emotive, che non rispettano il clima lavorativo. È severamente vietato rivolgersi a un collega in modo offensivo, minatorio, ingiurioso, poco morale o comunque poco accorto alla sensibilità del soggetto in questione, recando offesa alla dignità della persona e all'immagine aziendale. Tutti i soggetti che operano con Data Management, pertanto, si impegnano a mantenere tra loro e con l'esterno rapporti improntati sul rispetto e sulla disponibilità reciproca, gentilezza, cortesia e buona educazione, tutelando la privacy.

## 17. Uso dei beni aziendali

**Data Management ritiene indispensabile che ogni Collaboratore si senta responsabile della protezione delle risorse a lui affidate.**

Non è ammissibile nessuna forma di alterazione di un bene aziendale (a titolo esemplificativo, non è consentito, senza autorizzazione, caricare sul computer aziendale programmi diversi rispetto a quelli già presenti, in quanto è possibile creare danno o intralciare l'attività lavorativa).

Non sono accettati sprechi e utilizzi impropri o comunque a scopo personale di qualsiasi bene dell'azienda. Quando viene presentata una nota spese, verranno rimborsate le spese ragionevoli, effettive e autorizzate. Tutti i Collaboratori hanno il dovere di avvisare tempestivamente le strutture preposte di eventuali danni a qualunque bene aziendale.

## 18. Responsabilità ambientale e sociale

**Data Management programma lo sviluppo delle proprie attività valorizzando le risorse naturali e con una costante e consolidata attenzione nel preservare l'ambiente.**

La politica ambientale cui essa si ispira, in continua crescita, si basa su un'attività di sensibilizzazione ambientale che coinvolge tutti i Collaboratori, a partire da comportamenti semplici ma di grande utilità, quali il riciclo di alcuni materiali operativi (toner, carta, plastica), la raccolta differenziata e l'attenzione ai risparmi energetici. Nonostante sia più probabile che eventuali responsabilità di danni all'ambiente, quali inquinamento, contaminazione e rifiuti nocivi, siano più strettamente legati a società industriali o comunque ad attività produttive che non ad attività di servizi come nel caso di Data Management, essa ritiene fondamentale l'impegno e la partecipazione attiva nel rispettare l'ambiente, la salute e la sicurezza. L'operato di Data Management, inoltre, favorisce lo sviluppo in campo economico, sociale e civile della collettività.

In particolare, l'azienda, attraverso il suo business, che costituisce un fondamentale valore d'impresa, fornisce servizi direttamente fruibili per i cittadini (ad esempio prodotti informatici per biblioteche, comuni etc.) piuttosto che offrire opportunità di lavoro e possibilità di inserimento per neolaureati.

## 19. Comunicazioni e relazioni esterne

**Data Management si impegna affinché ogni informazione rilasciata sia improntata alla massima trasparenza e veridicità dei dati forniti. È assolutamente vietato divulgare notizie false.**

Tutti i contatti con gli organi di informazione devono essere tenuti esclusivamente dai soggetti preposti a tale funzione.

In particolare, l'azienda, a salvaguardia della sua immagine e della correttezza delle informazioni rilasciate, stabilisce che:

- nessun Collaboratore può divulgare informazioni riservate o comunque informazioni aziendali che possano in qualche modo recare danno alla Società;
- tutti i Collaboratori che dovessero venir sollecitati nel rilasciare informazioni interne riservate a soggetti esterni non qualificati, devono rinviare i richiedenti agli organi preposti.

Data Management garantisce, sia nei rapporti con i mass media che in caso di comunicazioni istituzionali in convegni così come in pubblici interventi o situazioni simili, un'informazione accurata, coordinata e coerente con i principi e le regole proprie dell'azienda, nel rispetto delle leggi, delle pratiche di condotta professionale e del principio della trasparenza.

Per garantire coerenza e non incorrere in alcun conflitto d'interesse sia di natura personale che aziendale, Data Management ritiene opportuno che la gestione di eventuali contributi e sponsorizzazioni a enti pubblici e privati e/o associazioni dichiaratamente senza fini di lucro sia affidata esclusivamente agli organi preposti e regolata da un'apposita procedura.

...MATIVA • STRUT...  
...ONE • PRINCIPI ETICI GEN...  
...E DEGLI AFFARI E DELLE ATTIVITÀ...  
...RO, TUTELA E VALORIZZAZIONE DEI COL...  
...LETIVITÀ • ETICA DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI...  
...ESTERNE • LE NORME DI COMPORTAMENTO •  
...COMUNICAZIONE INTERNA • INTEGRITÀ E TUTELA...  
...DEI RAPPORTI • CONCORRENZA • ONESTÀ...  
...RELAZIONI...  
...FINANZIAMENTI, CONTRIBUTI...  
...SOVVENZIONI • TRASPARENZA NELLA...  
...COMUNICAZIONE...  
...RELAZIONE CON GLI AZIONISTI • SISTEMA DI...  
...TRASPARENZA DELLA CONTABILITÀ • RELAZIONE CON...  
...RELAZIONE CON I FORNITORI • RAPPORTI CON I COLLABORAT...  
...RAPPORTI CON I FORNITORI • RAPPORTI CON I COLLABORAT...  
...POLITICHE E DI ASSOCIAZIONI PORTATRICI DI INTER...  
...RAPPORTI CON LA CONCORRENZA • INFORMAZIONI...  
...RISERVATE • TUTELA DELLA PRIVACY •  
...SICUREZZA E SALUTE NEI...  
...LUOGHI DI...  
...VALORE e qualità...  
...costituis...  
...CONFLITTI DI...  
...OMAGGI • PARI...  
...PROFESS...  
...AGG...

# :: SEZIONE QUARTA

## Disposizioni Attuative

## 1. Modalità di diffusione del Codice Etico

**La formazione/informazione sui contenuti del Codice Etico costituisce un aspetto determinante per l'organizzazione e ha tra i suoi obiettivi: promuovere e rafforzare la cultura d'impresa intorno ai valori riconosciuti, divulgare le norme, le procedure e le prassi cui attenersi e soprattutto ampliare il consenso alla missione e ai principi enunciati.**

A tal fine, Data Management si impegna a predisporre e attuare appropriati piani di comunicazione interna e di formazione/informazione. In particolare, i manager, avendo responsabilità primaria in relazione al Codice devono:

- garantire comportamenti in linea con i Principi del presente Codice, in modo da costituire il primo buon esempio per i propri Collaboratori;
- offrire completa disponibilità all'analisi degli aspetti di applicazione e interpretazione del Codice;
- credere in prima persona e trasmettere ai propri Collaboratori che l'osservanza del Codice costituisca parte essenziale della qualità dell'attività lavorativa;
- impegnarsi a selezionare Collaboratori interni ed esterni che diano il maggior affidamento in relazione all'osservanza del Codice;
- riferire al proprio superiore, o comunque alla figura a ciò preposta, casi di violazione del Codice.

Data Management predispone incontri/seminari dedicati alla presentazione e descrizione del Codice. Copie cartacee dello stesso sono disponibili all'interno dell'azienda per possibili consultazioni.

Sulla base dell'effettiva necessità, Data Management predisporrà una copia tradotta in lingua inglese del Codice Etico.

Le disposizioni del presente Codice sono disponibili in formato elettronico sull'Intranet/rete locale di Data Management per offrirne la dovuta visibilità all'interno dell'azienda. In caso di stipula di nuovi contratti di lavoro o di altri accordi, questi dovranno contenere un esplicito riferimento e rinvio al Codice Etico.

Analogamente, verranno attivati e normalizzati piani di comunicazione per rendere noti all'esterno dell'azienda i contenuti del Codice.

Il presente Codice viene inserito nel sito internet della Società, per favorire la consultazione da parte di tutti i soggetti esterni all'azienda.

## 2. Funzione Privacy e Compliance

**Data Management ha nominato i membri dell'Organismo di Vigilanza che, di concerto con l'Ufficio del Personale, rappresenta la funzione preposta a ricevere, analizzare e verificare le segnalazioni di violazione del Codice, occupandosi della comunicazione dei canali operativi più appropriati a tal fine (ad esempio, posta elettronica) e garantendo la riservatezza per i segnalatori. In sintesi, all'OdV sono attribuiti i seguenti compiti:**

- verificare l'applicazione e il rispetto del Codice attraverso un'attività di monitoraggio consistente nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica propria dell'Azienda;
- monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e comprensione del Codice, garantendo lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica, analizzando e integrando le proposte di revisione delle politiche e delle procedure aziendali con significativi impatti sull'etica aziendale;
- ricevere e analizzare le segnalazioni in tema di violazione del Codice Etico in aggiunta all'Ufficio Personale;
- segnalare al Consiglio di Amministrazione le violazioni in tema di Codice Etico, proponendo altresì eventuali modifiche e integrazioni da apportare allo stesso.

### 3. Invio di segnalazioni di violazioni delle norme del Codice Etico

**Al fine di gestire le segnalazioni, la società si è dotata di canale informatico ad hoc per la gestione delle segnalazioni nonché all'indagine interna in merito ai fatti segnalati. Tale canale consiste in una casella di posta elettronica gestita unicamente dall'O.d.V.**

Data Management S.r.l. ha infatti individuato nell'O.d.V. l'organo destinatario delle segnalazioni, che si caratterizza per autonomia e indipendenza rispetto alla realtà aziendale nel cui ambito vengono perpetrate le violazioni oggetto di segnalazione.

In capo all'O.d.V. sussiste l'obbligo di mantenere riservata l'identità dei segnalanti e di non utilizzare le informazioni ricevute al di fuori dei fini istruttori che gli competono. Le segnalazioni possono dunque essere effettuate e inviate all'indirizzo di posta elettronica appositamente istituito: [odv.dm@zucchetti.it](mailto:odv.dm@zucchetti.it)

### 4. Attività di verifica della fondatezza della segnalazione

**La gestione e la verifica sulla fondatezza delle circostanze rappresentate nella segnalazione sono affidate all'O.d.V., che vi provvede nel rispetto dei principi di imparzialità e riservatezza effettuando ogni attività ritenuta opportuna, inclusa l'audizione personale del segnalante e di eventuali altri soggetti che possono riferire sui fatti segnalati.**

A tal fine, l'O.d.V. si avvale del supporto e della collaborazione di un referente che individua di volta in volta a seconda dell'ambito in cui si è verificata l'irregolarità segnalata.

Qualora, all'esito della verifica, la segnalazione risulti fondata, l'O.d.V., in relazione alla natura e alla gravità della violazione, provvederà:

- a presentare denuncia (ove non vi abbia già provveduto il segnalante) all'autorità giudiziaria competente;
- a comunicare l'esito dell'accertamento al superiore gerarchico dell'autore della violazione accertata (e al CdA), affinché si provveda all'adozione dei provvedimenti gestionali di competenza, incluso, sussistendone i presupposti, l'esercizio dell'azione disciplinare;
- ad adottare gli eventuali ulteriori provvedimenti e/o azioni che nel caso concreto si rendano necessari a tutela della società.

## 5. Sanzioni interne

**Data Management si mostra favorevole alla possibilità di stabilire delle sanzioni interne per la violazione delle norme del presente Codice.**

Ogni trasgressore delle singole regole di comportamento espresse all'interno del Codice sarà soggetto a sanzioni disciplinari, calibrate sulla gravità dell'atto compiuto e del danno recato, che potranno comportare, nei casi più estremi, anche la risoluzione del rapporto di lavoro.

## CRONOLOGIA REVISIONI

Versione	Data	Motivazione
0.0	31/07/2019	Prima versione
1.0	19/02/2020	
<b>2.0</b>	<b>07/07/2020</b>	<b>Modificato indirizzo email odv per WB</b>

Autore: Organismo di Vigilanza (OdV)



