

Codice Etico

Approvato dal Consiglio di Amministrazione di CAMPING ITALY S.R.L. (d'ora in avanti, semplicemente **CAMPING ITALY**) in data 07.06.2018.

Il Codice Etico esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali assunti dal Consiglio di Amministrazione, dai dipendenti e collaboratori a qualsiasi titolo di CAMPING ITALY.

E' convincimento di CAMPING ITALY che l'etica nella conduzione della propria attività sia condizione indispensabile per il suo successo, strumento di promozione della propria immagine e rappresenti un patrimonio essenziale della società.

A tal fine, CAMPING ITALY ha deciso di adottare un proprio Codice Etico che, in linea con i principi di correttezza, lealtà, onestà già condivisi dall'azienda, è volto a regolare attraverso norme comportamentali, l'attività dell'Azienda stessa, fissando i principi generali.

Il presente codice deve ritenersi vincolante per CAMPING ITALY e per i comportamenti di tutti i suoi dipendenti, collaboratori e *stakeholders* della società (consulenti, fornitori etc....), che si devono attenere ad una condotta in linea con i principi generali del Codice, fermo restando il rispetto delle specificità religiose, culturali, sociali.

Il presente Codice costituisce, inoltre, parte integrante del Modello di organizzazione, gestione e controllo adottato da CAMPING ITALY in data 22.07.2013, ai sensi del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, normante la "*disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell'articolo 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300*", fissandone i principi portanti.

Il presente Codice Etico è costituito:

- dai principi generali di comportamento ai quali devono ispirarsi tutti coloro che sono titolari di un rapporto di lavoro (di qualsiasi natura) o di collaborazione con CAMPING ITALY;
- dai criteri di condotta verso gli *stakeholder*, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali i collaboratori di CAMPING ITALY sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- dai meccanismi di attuazione, che descrivono il sistema di controllo per l'osservanza del Codice Etico e per il suo continuo miglioramento¹.

I. DISPOSIZIONI PRELIMINARI

1.1 Premessa

CAMPING ITALY è un *campeggio* situato sul Litorale del Cavallino e si estende per circa 200 mt di spiaggia privata direttamente sul mare. Il campeggio, attivo dal 1966, offre svariati servizi turistici all'area aperta tra i quali, a titolo di mero esempio, il servizio camping, ristorante, supermercato, piazzole per caravan e camper, case mobili e bungalow etc...

1.2 Termini e Definizioni

Nel presente Codice, le seguenti espressioni avranno il significato qui di seguito indicato:

“Codice” significa il presente Codice Etico;

“Collaboratori” significa i soggetti che intrattengono rapporti economico-finanziari con CAMPING ITALY, ovvero altri rapporti di collaborazione coordinata e continuativa o a progetto, personale e senza vincolo di subordinazione (quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, lavoro a progetto, lavoro somministrato; inserimento; tirocinio estivo di orientamento), ovvero qualsiasi altro rapporto contemplato dall'art. 409 del codice di procedura civile, le prestazioni di lavoro occasionale, nonché qualsiasi altra persona

¹ Per l'efficacia e l'obbligatorietà del Codice Etico, si provvederà alla pubblicazione sul sito Internet della Società (www.campingitaly.it) e nelle bacheche aziendali; esso sarà consegnato a tutti i nuovi dipendenti e collaboratori della Società sin dalla fase di selezione e diffuso a tutti coloro che hanno relazioni con l'Azienda stessa.

sottoposta alla direzione o vigilanza di qualsiasi soggetto in posizione apicale di CAMPING ITALY ai sensi del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231;

“**Destinatari**” significa i soggetti a cui si applicano le disposizioni del presente Codice e, in particolare, i Dipendenti, i Responsabili, i Collaboratori e gli Esponenti Aziendali;

“**Dipendenti**” significa i soggetti che intrattengono con CAMPING ITALY un rapporto di lavoro subordinato, inclusi i lavoratori a termine o a tempo parziale;

“**Esponenti Aziendali**” significa, come di volta in volta in carica, il Consiglio di Amministrazione, nonché gli altri organi societari di CAMPING ITALY;

“**Organismo di Vigilanza**” significa l’organismo di vigilanza dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo in conformità al D. Lgs. n. 231/2001;

“**Responsabili**” significa ciascun dipendente responsabile di uno o più settori di CAMPING ITALY, in conformità all’organigramma della Società come di volta in volta vigente.

1.3 Ambito di applicazione ed efficacia del Codice

Le disposizioni del presente Codice si applicano ai Destinatari salvo quanto diversamente previsto dal Codice e fatta comunque salva l’applicazione delle norme inderogabili di legge e di contratto (inclusa la contrattazione collettiva nazionale, territoriale ed aziendale) di volta in volta applicabili ai loro rapporti con CAMPING ITALY.

Il presente Codice si applica altresì ai terzi con i quali CAMPING ITALY intrattiene rapporti, in conformità alla legge ovvero agli accordi con essi stipulati e nei limiti stabiliti dal presente Codice.

1.4 Efficacia del presente Codice nei confronti di Dipendenti, Collaboratori, Responsabili ed Esponenti Aziendali

L’osservanza del presente Codice costituisce parte integrante delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti, anche ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 2104 c.c.

La violazione del presente Codice può costituire inadempimento contrattuale e/o illecito disciplinare e, se del caso, può comportare il risarcimento dei danni eventualmente derivanti

alla Società da tale violazione, in conformità alla vigente normativa ed ai contratti collettivi applicabili.

I Destinatari hanno l'obbligo di osservare le disposizioni di cui al presente Codice sia nei rapporti tra loro (cd. rapporti interni), sia nei rapporti con i terzi (cd. rapporti esterni).

In particolare:

1. gli Esponenti Aziendali, nell'ambito delle loro funzioni di amministrazione e di controllo, si ispirano ai principi del presente Codice;
2. i Responsabili conformano la propria condotta ai principi previsti nel presente Codice e ne esigono il rispetto da parte dei dipendenti e collaboratori.

A tal fine, la condotta dei Responsabili costituisce modello esemplare. Ai fini del presente Codice, ciascun Responsabile risponde direttamente del coordinamento e/o controllo dei collaboratori sottoposti alla sua direzione e vigila per prevenire violazioni.

In particolare, ciascun Responsabile ha l'obbligo di:

1. comunicare ai propri collaboratori, in maniera chiara, precisa e completa, gli obblighi da adempiere e specificamente l'obbligo di osservanza delle norme di legge e del presente Codice;
2. comunicare ai propri collaboratori in maniera inequivocabile che, oltre a disapprovare eventuali violazioni del presente Codice, quest'ultime possono costituire inadempimento contrattuale e/o illecito disciplinare, in conformità alla normativa vigente, ed essere quindi sanzionabili;
3. riferire tempestivamente al proprio superiore le proprie rilevazioni nonché le eventuali notizie a lui riferite dai propri collaboratori in merito a potenziali o attuali violazioni del presente Codice da parte di qualsiasi dipendente o collaboratore;
4. nell'ambito delle funzioni a lui attribuite, attuare o promuovere l'adozione di misure idonee ad evitare la protrazione di violazioni ed impedire ritorsioni a danno dei propri collaboratori o di qualsiasi altro dipendente o collaboratore.

I dipendenti ed i collaboratori adeguano la propria condotta ai principi previsti nel presente Codice ed alle comunicazioni dei propri Responsabili.

L'adempimento da parte di ciascun Responsabile delle sue funzioni e degli obblighi ad esse correlati è compiuto in conformità alle disposizioni del presente Codice, nonché alle procedure di attuazione e controllo di volta in volta adottate dalla Società.

Per quanto necessario, CAMPING ITALY promuove l'applicazione del presente Codice ai Destinatari anche mediante richiamo, nei rispettivi contratti, di apposite clausole che stabiliscono l'obbligo di osservare le disposizioni del presente Codice.

1.5 Efficacia del presente Codice nei confronti di terzi.

Il Destinatario che, nell'esercizio delle sue funzioni, entri in contatto con i terzi, dovrà:

1. informare, per quanto necessario, il terzo degli obblighi sanciti dal Codice;
2. esigere l'osservanza degli obblighi derivanti dal presente Codice che riguardano direttamente l'attività dello stesso;
3. riferire all'Organismo di Vigilanza qualsiasi condotta di terzi contraria al presente Codice o comunque idonea ad indurre i Destinatari a commettere violazioni del presente Codice.

CAMPING ITALY promuove l'applicazione dei principi fondamentali di cui al presente Codice e – tenuto conto dell'ordinamento giuridico, sociale, economico e culturale di riferimento, da parte dei terzi con i quali la stessa intrattiene rapporti, anche mediante inserzione, nei rispettivi modelli e schemi contrattuali – di apposite clausole che stabiliscono l'obbligo a carico di tali terzi di osservare, nell'ambito delle proprie attività e della propria organizzazione, le disposizioni *de quibus*.

II. PRINCIPI FONDAMENTALI

2.1 Legalità

Il rispetto della legge, nonché delle norme del proprio Statuto, è principio fondamentale per CAMPING ITALY.

Nell'ambito delle proprie funzioni, i Destinatari sono tenuti a rispettare le norme dell'ordinamento giuridico e devono in ogni caso astenersi dal commettere violazioni delle leggi, siano esse soggette o meno a pene detentive, pecuniarie o sanzioni amministrative o di altra natura.

A tale scopo, ciascun Destinatario si impegna ad acquisire con diligenza la necessaria conoscenza delle norme di legge applicabili allo svolgimento delle proprie funzioni.

Ciascun Destinatario osserva, oltre ai principi generali di diligenza e fedeltà di cui all'art. 2104 C.C., anche le prescrizioni comportamentali contenute nei contratti collettivi ad esso applicabili.

2.2 Moralità

La qualità e l'efficienza dell'organizzazione aziendale nonché la reputazione della Società costituiscono un patrimonio inestimabile e sono determinate in misura sostanziale dalla condotta di ciascun Destinatario. Ogni Destinatario è quindi tenuto, con la propria condotta, a contribuire alla salvaguardia di tale patrimonio e, in particolare, della reputazione della Società, sia nei luoghi di lavoro che al di fuori di essi.

In particolare, nello svolgimento delle proprie funzioni, ciascun Destinatario tiene una condotta ispirata all'integrità morale, tenuto conto dei vari contesti sociali, economici, politici e culturali di riferimento e, in particolare, ai seguenti valori:

- onestà, correttezza e buona fede, assumendosi le responsabilità che ad esso competono in ragione delle proprie mansioni;
- trasparenza, trattando le informazioni in suo possesso con tempestività ed attuando processi di comunicazione ed informazione ispirati a chiarezza, completezza, precisione e condivisione;

2.3 Dignità ed eguaglianza

Ciascun Destinatario riconosce e rispetta la dignità personale, la sfera privata ed i diritti della personalità di qualsiasi individuo.

Ciascun Destinatario lavora con donne e uomini di nazionalità, culture, religioni e razze diverse. Non sono tollerate discriminazioni, molestie o offese sessuali, personali o di altra natura.

2.4 Professionalità

Ciascun Destinatario svolge la propria attività con la professionalità richiesta dalla natura dei compiti e delle funzioni esercitate, adoperando il massimo impegno nel conseguimento degli obiettivi assegnatigli e svolgendo con diligenza le necessarie attività di approfondimento ed aggiornamento.

2.5 Immagine

L'immagine e la reputazione di CAMPING ITALY costituiscono un patrimonio comune da tutelare e promuovere anche attraverso diffusione, condivisione e osservanza dei valori, principi e regole di comportamento contenuti nel presente Codice.

2.6 Riservatezza

Nel rispetto della normativa in materia, CAMPING ITALY mantiene la massima riservatezza su informazioni strategiche o confidenziali dei propri fornitori e *partner* e di terzi in generale, dai quali si aspetta il medesimo comportamento.

III. RAPPORTI ESTERNI

3.1 Donativi, benefici o altre utilità

Nell'ambito delle proprie funzioni, è fatto divieto ai Destinatari di offrire o concedere a terzi nonché accettare o ricevere da terzi, direttamente o indirettamente, anche in occasioni di festività, donativi, benefici o altre utilità (anche sotto forma di somme in denaro, beni o servizi di vario genere) non autorizzati, fatta eccezione per donativi di modico valore direttamente ascrivibili a normali relazioni di cortesia commerciale e comunque tali da non poter ingenerare, nell'altra parte, ovvero in un terzo estraneo ed imparziale, l'impressione che essi siano finalizzati ad acquisire o concedere indebiti vantaggi, ovvero tali da ingenerare comunque l'impressione di illegalità o immoralità, (a titolo esemplificativo e non esaustivo sono ammessi *gadget* aziendali, quali penne, agende, calendari, se di modico valore).

Il Destinatario che riceve offerte di donativi, non conformi a quanto precede deve immediatamente informare per iscritto l'Organismo di Vigilanza per l'adozione degli opportuni provvedimenti.

E' comunque vietato sollecitare l'offerta o la concessione, ovvero l'accettazione o la ricezione, di donativi di qualsiasi genere, anche se di modico valore.

Qualsiasi Destinatario che, nell'ambito delle proprie funzioni, stipula contratti con terzi deve vigilare affinché tali contratti non prevedano o implicino donativi in violazione del presente Codice.

3.2 Rapporti con i clienti

I clienti costituiscono parte integrante del patrimonio aziendale di CAMPING ITALY.

La società intrattiene rapporti con clienti che rispettano i principi fondamentali e, tenuto conto del loro ordinamento giuridico, sociale, economico e culturale di riferimento, le norme del presente Codice.

I contratti stipulati con clienti sono improntati a criteri di semplicità, chiarezza e comprensibilità, evitando il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole al fine della creazione di un solido rapporto ispirato ai generali valori di correttezza, onestà e professionalità.

Al sopraggiungere di eventi imprevisti, CAMPING ITALY si impegna a non sfruttare situazioni di dipendenza o debolezza della controparte.

In particolare, viene fatto divieto assoluto di offrire (o ricevere), direttamente o indirettamente, a (o da) clienti denaro, oggetti, servizi, prestazioni, favori o altre utilità, diversi dagli atti di cortesia commerciale di modico valore, tali da poter essere interpretati da un osservatore imparziale come finalizzati al conseguimento di un vantaggio, anche non economico, contrario a norme imperative di legge, regolamenti e ai principi del presente Codice.

Per consolidare la stima e, conseguentemente, la fedeltà dei clienti, i rapporti con gli stessi devono essere impostati da parte di ciascun Destinatario secondo criteri di legalità e moralità, nel rispetto dei principi di professionalità ed onorabilità.

A tal fine, i Destinatari sono tenuti a svolgere le proprie attività nei confronti dei clienti con competenza, precisione, prudenza, saggezza, dedizione ed efficienza, nonché con onestà, lealtà e trasparenza.

In particolare, i Destinatari sono tenuti a:

- osservare le procedure e regole fissate da CAMPING ITALY relativamente ai rapporti con i clienti;
- fornire informazioni accurate, precise ed esaurienti ai clienti, relativamente ai beni e servizi prestati da CAMPING ITALY;
- non usare dichiarazioni false o fuorvianti nella vendita o commercializzazione dei propri prodotti e servizi.

Le promozioni per i prodotti e servizi di CAMPING ITALY devono essere eque, accurate e coerenti con le leggi in vigore. Le dichiarazioni obiettive devono basarsi sui fatti. Eventuali paragoni con i prodotti e i servizi della concorrenza devono risultare equilibrati, accurati e verificabili.

3.3 Rapporti con i fornitori

CAMPING ITALY intrattiene rapporti con fornitori che rispettano i principi fondamentali e, tenuto conto del loro ordinamento giuridico, sociale, economico e culturale di riferimento, le norme del presente Codice.

CAMPING ITALY evita situazioni di dipendenza che possano pregiudicare l'attività del fornitore e, in un contesto di fiducia e collaborazione con i propri fornitori, si propone il raggiungimento di obiettivi comuni sia economici sia etici.

Il processo di selezione dei fornitori si basa su valutazioni obiettive, secondo principi di trasparenza, imparzialità, correttezza, qualità, economicità, innovazione, continuità, lealtà, puntualità ed eticità e, laddove possibile, attraverso la valorizzazione del territorio, nella più rigorosa osservanza delle normative comunitarie, nazionali e aziendali applicabili.

Il corrispettivo da elargire ai fornitori dovrà essere commisurato esclusivamente alla prestazione indicata in contratto e i pagamenti non potranno essere effettuati a un soggetto diverso dalla controparte contrattuale, né in un Paese diverso da quello di tutte le parti contrattuali ovvero di esecuzione del contratto.

È fatto divieto ai fornitori di offrire, direttamente o indirettamente, al personale di CAMPING ITALY o ai loro parenti, o ricevere denaro, beni, servizi, prestazioni, favori o altre utilità, diversi dagli atti di cortesia commerciale di modico valore, tali da poter essere interpretati da un osservatore imparziale come finalizzati al conseguimento di un indebito vantaggio, anche non economico o, comunque, da essere ritenuti non appropriati nelle circostanze.

CAMPING ITALY si impegna a diffondere la cultura della salute e sicurezza presso i fornitori e, in particolare, tutela la salute e la sicurezza dei fornitori che svolgono attività presso la sede di CAMPING ITALY con adeguate azioni preventive di natura organizzativa e tecnica.

I Destinatari si attengono alle procedure di selezione e aggiudicazione dei fornitori stabilite dalle direttive aziendali, nonché alle procedure di evidenza pubblica applicabili ai sensi della normativa vigente.

Nei rapporti di appalto, somministrazione, approvvigionamento o fornitura di beni o servizi a CAMPING ITALY, i Destinatari, nell'ambito delle proprie funzioni, devono osservare le seguenti norme:

- comunicare all'Organismo di Vigilanza qualsiasi interesse personale nell'espletamento delle proprie funzioni, che possa comportare l'insorgenza di un conflitto di interessi;
- in caso di offerte in concorrenza, i fornitori non devono essere favoriti od ostacolati e devono comunque essere comparati in maniera corretta e leale, adottando all'uopo criteri di valutazione e selezione oggettivi e con modalità trasparenti. Conseguentemente, il Destinatario non deve precludere ai fornitori candidati, in possesso dei requisiti di qualificazione di volta in volta richiesti la possibilità di aggiudicarsi la fornitura in oggetto;

3.4 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

CAMPING ITALY si ispira ed impronta la propria condotta al rispetto dell'imparzialità e del buon andamento cui è tenuta la Pubblica Amministrazione, intendendosi per tale l'insieme dei soggetti, di diritto pubblico o privati, che svolgono una "funzione pubblica" o un "pubblico servizio", con i quali CAMPING ITALY si interfaccia nello svolgimento delle proprie attività. Rientrano in questo ambito, a titolo esemplificativo e non esaustivo, gli Enti Pubblici territoriali (Comuni, Province, Regioni, ecc.), INPS, ASL, Autorità indipendenti, forze di polizia, Vigili del fuoco, Polizia locale, Enti Certificatori per certificazioni obbligatorie, ecc.

I rapporti con la Pubblica Amministrazione sono tenuti dagli Esponenti Aziendali a ciò autorizzati, ovvero dalle persone da essi delegate, nel rispetto delle norme del presente Codice, nonché delle leggi speciali, avendo particolare riguardo ai principi di trasparenza ed efficienza.

Nei rapporti che i Destinatari del Codice, anche tramite terzi, intrattengono con la Pubblica Amministrazione, devono essere rispettati i seguenti principi:

- è necessario operare sempre nel rispetto della legge e della corretta prassi commerciale, con l'espresso divieto di porre in essere comportamenti che, per arrecare vantaggio alla Società o perseguire un interesse della stessa, siano tali da integrare fattispecie di reato.
- quando è in corso una qualsiasi trattativa d'affari, richiesta o rapporto con la Pubblica Amministrazione, i dipendenti, i collaboratori e quanti operano per conto della Società non devono cercare di influenzare impropriamente le decisioni, né indurre al compimento di atti contrari ai doveri d'ufficio i dirigenti, funzionari o dipendenti della Pubblica Amministrazione o loro parenti o conviventi.

A titolo esemplificativo, e non esaustivo, i Destinatari del Codice non devono, né direttamente né indirettamente:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale;
- offrire o in alcun modo fornire denaro, doni od omaggi;
- esercitare illecite pressioni o promettere qualsiasi oggetto, servizio, prestazione;

- presentare dichiarazioni false a organismi pubblici nazionali o comunitari al fine di conseguire erogazioni pubbliche, contributi o finanziamenti agevolati oppure per conseguire concessioni, autorizzazioni, licenze o altri atti amministrativi;
- alterare il funzionamento di un sistema informatico o telematico o manipolare i dati in esso contenuti al fine di ottenere un ingiusto profitto arrecando danno alla Pubblica Amministrazione;
- destinare somme ricevute da organismi pubblici a titolo di erogazioni, contributi o finanziamenti, a scopi diversi da quelli per i quali sono stati assegnati;
- sollecitare o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti.

Agli effetti della presente indicazione non si considerano doni i regali convenzionali di modico valore e proporzionati al caso.

3.6 Rapporti con organizzazioni politiche e sindacali

I rapporti con le organizzazioni politiche e sindacali sono tenuti dagli Esponenti Aziendali a ciò autorizzati ovvero dalle persone da essi delegate, nel rispetto delle norme del presente Codice, nonché delle leggi speciali, avendo particolare riguardo ai principi di imparzialità ed indipendenza, a livello nazionale ed internazionale.

3.7 Rapporti con organi di informazione

I rapporti con la stampa, la televisione ed in generale con i mezzi di comunicazione di massa sono tenuti esclusivamente dagli Esponenti Aziendali a ciò autorizzati o dalle persone da essi delegate.

Tutti gli interventi di comunicazione esterna dovranno essere previamente autorizzati in conformità alle procedure aziendali in vigore.

3.8 Concorrenza

Ciascun Destinatario è tenuto a rispettare la normativa in materia di leale concorrenza ed *antitrust*.

Al fine di prevenire violazioni della suddetta normativa, i Destinatari hanno l'obbligo di segnalare all'Organismo di Vigilanza quei comportamenti che abbiano per oggetto o per effetto di impedire il gioco della concorrenza sul mercato quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- l'instaurazione di rapporti con i concorrenti di CAMPING ITALY per raggiungere intese su prezzi di acquisto o vendita, su quantitativi o su altre condizioni contrattuali;
- la stipulazione di accordi o intese anche verbali di non concorrenza con concorrenti di CAMPING ITALY in generale;
- accordi per la partecipazione in gare d'appalto, somministrazione o fornitura, oppure per la ripartizione di mercati o fonti di approvvigionamento.

La vendita dei prodotti e dei servizi di CAMPING ITALY deve avvenire unicamente sulla base dei meriti e dei vantaggi che offre. Il presente Codice non consente di denigrare in modo falso la concorrenza o i suoi prodotti e servizi.

La Società riconosce che la concorrenza è un elemento fondamentale per lo sviluppo ed il progresso economico e sociale del Paese. A tal fine, nello svolgimento della propria attività, vigila affinché siano rispettate le condizioni generali per la libertà di impresa, consentendo agli operatori economici di poter accedere al mercato e di competere con pari opportunità, e tutela i propri clienti, favorendo il contenimento dei prezzi e i miglioramenti della qualità dei servizi che derivano dal libero gioco della concorrenza.

La Società non nega, nasconde o ritarda alcuna informazione richiesta dall'autorità *antitrust* e dagli organi di regolazione nelle loro funzioni ispettive e collabora attivamente nel corso delle procedure istruttorie.

IV. RISORSE UMANE

4.1 Etica, onestà, trasparenza e rapporti gerarchici

Ai destinatari del Codice Etico, CAMPING ITALY richiede di adottare una condotta conforme a criteri di trasparenza, onestà, integrità etica e di comportarsi con decoro e dignità. La condotta etica include anche il rispetto di tutte le leggi e normative applicabili allo svolgimento dell'incarico e del presente Codice Etico.

La Società richiede che i destinatari del Codice Etico conoscano e osservino, per quanto di loro competenza, le prescrizioni del Codice stesso e che, compatibilmente con le possibilità individuali, ne promuovano la conoscenza presso i dipendenti neo-assunti, oltre che presso gli altri destinatari con i quali vengano in contatto per ragioni del loro ufficio.

A ciascun destinatario del Codice è richiesto di avere una conoscenza dei requisiti di legge relativi alla funzione svolta tale da consentirgli di riconoscere i possibili rischi e di comprendere quali siano i comportamenti più adeguati da adottare in tali situazioni.

Trasparenza e lealtà devono essere adottate anche nei rapporti gerarchici.

Ciò implica il divieto di rappresentare qualunque genere di problematica attinente l'attività lavorativa a soggetti diversi dal proprio superiore gerarchico, salvo assenza o inattività da parte di quest'ultimo.

Non possono essere eseguiti ordini o disposizioni impartite dal superiore diretto, che costituiscano manifestamente reato o che si pongano in contrasto palese con disposizioni di legge o con i principi del presente Codice.

4.2 Selezione, valorizzazione e formazione professionale

Le risorse umane costituiscono elemento centrale su cui CAMPING ITALY basa il perseguimento dei propri obiettivi.

Nella selezione e nella gestione del personale, CAMPING ITALY adotta criteri di merito, competenza e valutazione delle capacità e potenzialità individuali.

La società valorizza e tende allo sviluppo delle competenze e delle capacità di ciascun Destinatario, anche attraverso l'organizzazione di attività di formazione e di aggiornamento professionale.

4.3 Pari opportunità

E' obiettivo di CAMPING ITALY consolidare un ambiente di lavoro caratterizzato dall'assenza di discriminazioni razziali, culturali, ideologiche, sessuali, fisiche, morali, religiose o di altra natura e di offrire ai Destinatari pari opportunità a parità di condizioni.

Tutti i Destinatari sono tenuti a collaborare per il raggiungimento di tale obiettivo.

4.3 Ambiente di lavoro

I Destinatari collaborano reciprocamente nel raggiungimento di risultati comuni e si impegnano per creare un ambiente di lavoro sereno, stimolante e gratificante.

All'interno dell'ambiente di lavoro i Destinatari tengono una condotta improntata a serietà, ordine e decoro.

CAMPING ITALY esige che nelle relazioni di lavoro interne non si verifichino episodi di molestie o intolleranza.

4.4 Attività collaterali

Lo svolgimento di attività collaterali da parte dei Destinatari è consentito nei limiti in cui esse non pregiudichino lo svolgimento da parte degli stessi delle loro attività lavorative in favore di CAMPING ITALY.

I Destinatari devono comunque astenersi dallo svolgere attività collaterali (anche non retribuite) che si pongano in contrasto con specifici obblighi da essi assunti nei confronti di CAMPING ITALY.

4.5 Utilizzo di attrezzature e strutture aziendali.

I beni aziendali di CAMPING ITALY, in particolare gli impianti, le attrezzature situate nei luoghi di lavoro sono utilizzati 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 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 di diritti umani.

A nessun Destinatario è consentito effettuare registrazioni o riproduzioni audiovisive, elettroniche, cartacee o fotografiche di documenti aziendali, salvi i casi in cui tali attività rientrino nel normale svolgimento delle funzioni affidategli.

4.7 Sostanze alcoliche e stupefacenti; fumo

E' vietato l'uso di stupefacenti nonché l'abuso di sostanze alcoliche sui luoghi di lavoro.

Ferme restando le disposizioni normative in materia di fumo sul luogo di lavoro, CAMPING ITALY terrà in particolare considerazione le esigenze di quanti chiedono di essere preservati dal contatto con il "fumo passivo" nel proprio posto di lavoro.

4.8 Omaggi, regali e donazioni

Non è consentito corrispondere né offrire, direttamente o indirettamente pagamenti, benefici materiali e vantaggi di altro genere a pubblici ufficiali, dipendenti pubblici o privati per influenzare o compensare un atto del loro ufficio.

V. CONFLITTO DI INTERESSI

I destinatari del Codice Etico devono evitare situazioni in cui possano crearsi conflitti di interessi tra le attività economiche personali e le mansioni che svolgono all'interno della Società, astenendosi dal trarre vantaggio dalla loro posizione e agendo sempre in modo imparziale nel miglior interesse di CAMPING ITALY.

A titolo esemplificativo, conflitti di interesse possono essere determinati dalle seguenti situazioni:

- assunzione di cariche sociali o svolgimento di attività lavorative di qualsiasi tipo presso clienti o fornitori;
- assunzione di interessi economici e finanziari del Destinatario o della sua famiglia in attività di fornitori o clienti (quale, a titolo esemplificativo, assunzione di partecipazioni, dirette o indirette, al capitale sociale di tali soggetti).

Ogni situazione potenzialmente idonea a generare un conflitto di interessi, o comunque a pregiudicare la capacità del Destinatario di assumere decisioni nel migliore interesse della Società, deve essere immediatamente comunicata all'Organismo di Vigilanza e determina, per il Destinatario in questione, l'obbligo di astenersi dal compiere atti connessi o relativi a tale situazione.

E' fatta salva la disciplina in materia di conflitti di interesse dei membri degli organi di amministrazione e controllo ai sensi di legge.

VI. CONTABILITA' E CONTROLLI INTERNI

6.1 RegISTRAZIONI contabili

La trasparenza contabile nonché la tenuta delle scritture contabili secondo principi di verità, completezza, chiarezza, precisione, accuratezza e conformità alla normativa vigente è il presupposto fondamentale per un'efficiente controllo. Per ogni operazione deve essere conservata in atti adeguata documentazione di supporto, tale da consentire un'agevole registrazione contabile, la ricostruzione dell'operazione e l'individuazione di eventuali responsabilità.

Ciascun Destinatario è tenuto a collaborare alla corretta e tempestiva registrazione in contabilità di ogni attività di gestione. La presentazione di adeguata documentazione di supporto è altresì richiesta ai Destinatari nella compilazione di note spese, di cui sia chiesto il rimborso. CAMPING ITALY condanna qualsiasi comportamento volto ad alterare la correttezza e la veridicità di dati e informazioni contenute nei bilanci.

6.2 Controlli interni

La funzionalità e l'efficienza, quale quella di CAMPING ITALY, richiede il corretto funzionamento della stessa a tutti i livelli. Al fine di garantire tale funzionamento, è previsto un sistema di controlli interni, orientati a verificare e guidare l'organizzazione di CAMPING ITALY, che si concretizza anche con il costante rapporto con professionisti esterni

6.3 Rapporti informativi

La circolazione delle informazioni deve essere gestita secondo criteri di verità, accuratezza e tempestività. A tale fine i rapporti informativi, destinati sia all'interno (colleghi, collaboratori, azionisti) sia a relazioni esterne (clienti, fornitori, interlocutori istituzionali) devono essere redatti in modo scrupoloso ed in conformità a tali principi.

CAMPING ITALY, inoltre, adempie agli obblighi di legge, ivi inclusi quelli in materia di comunicazioni, nei confronti delle competenti autorità, con particolare riferimento alle autorità di vigilanza e controllo, e collaborano con tali autorità nello svolgimento delle loro funzioni in conformità alla normativa vigente.

VII. POLITICHE D'IMPRESA

7.1 Tutela ambientale

La tutela dell'ambiente e la salvaguardia delle risorse naturali sono obiettivi prioritari di CAMPING ITALY. Ciascun Destinatario, nello svolgimento delle proprie funzioni ed attività, deve contribuire al perseguimento di risultati esemplari in tale settore.

La società contribuisce, nelle sedi appropriate e nello svolgimento della propria attività alla promozione dello sviluppo scientifico e tecnologico volto alla protezione ambientale e alla salvaguardia delle risorse.

7.2 Protezione della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro

La responsabilità di ciascun Destinatario nei confronti dei propri collaboratori e colleghi rende obbligatoria la massima cura per la prevenzione di rischi di infortunio. A tal fine, 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.

Ciascun Destinatario deve porre la massima attenzione nello svolgimento della propria attività, osservando strettamente tutte le misure di sicurezza e di prevenzione stabilite, per evitare ogni possibile rischio per sé e per i propri collaboratori e colleghi.

Nessun dipendente può sottrarsi dalle visite mediche previste dal piano di sorveglianza sanitario e dagli altri obblighi previsti dalla normativa in materia.

Ogni dipendente deve tempestivamente segnalare al datore di lavoro qualunque situazione di pericolo per la sicurezza e salute sui luoghi di lavoro, astenendosi dall'assumere iniziative al di fuori delle proprie competenze.

7.4 Diritti di *copyright*

La riproduzione, distribuzione o modifica di materiali soggetti a *copyright* senza il consenso del detentore dei diritti è illegale e vietata ai sensi del presente Codice, salvo esenzioni legali come quelle in merito al cosiddetto "uso equanime".

La duplicazione non autorizzata dei materiali soggetti a copyright può sfociare in violazioni passibili di sanzioni civili e/o penali. Sebbene la violazione del *copyright* comporti solitamente la duplicazione non autorizzata di pubblicazioni o altri materiali stampati, può anche abbracciare l'uso non autorizzato di fotografie e di *display* grafici o *design*. Di norma, i programmi *software* per computer sono protetti da *copyright* e sono venduti salvo accordi di licenza che potrebbero limitarne l'uso.

È fatto divieto espresso al Consiglio di Amministrazione, ai funzionari, ai dipendenti e collaboratori o rappresentanti di copiare *software* od usarli su computer diversi, salvo dove gli accordi di licenza lo contemplino o in presenza di esenzione legale applicabile.

7.5 Responsabilità sociale

La responsabilità sociale delle imprese operanti sia in territorio nazionale che estero è valore riconosciuto e condiviso all'interno di CAMPING ITALY.

La Società conduce le proprie attività nel rispetto degli obblighi sociali e morali e mira a contribuire all'arricchimento del patrimonio economico, intellettuale e sociale di ciascun paese e comunità in cui svolge la propria attività.

VIII. INFORMAZIONI E RISERVATEZZA

8.1 Informazioni relative a CAMPING ITALY

Nessuna informazione riservata relativa a CAMPING ITALY, acquisita o elaborata dal Destinatario nello svolgimento o in occasione della sua attività, può essere utilizzata, comunicata a terzi o diffusa per fini diversi da quelli istituzionali.

Nella nozione di informazioni riservate rientrano tutti i dati, le conoscenze, gli atti, i documenti, le relazioni, i contratti, gli appunti, gli studi, i disegni, le fotografie e qualsiasi altro materiale attinente all'organizzazione ed ai beni aziendali, alle operazioni commerciali e finanziarie, alle attività di ricerca e sviluppo, nonché ai procedimenti giudiziari ed amministrativi relativi alla Società.

L'obbligo di riservatezza rimane in vigore anche dopo la cessazione del rapporto con l'azienda, in conformità alla normativa vigente. Qualsiasi informazione riservata deve essere conservata in luoghi inaccessibili a persone non autorizzate.

8.2 Protezione dei dati personali

Nello svolgimento delle proprie attività, CAMPING ITALY tratta dati personali di Destinatari e di terzi.

CAMPING ITALY esige che i Destinatari si impegnino, nell'ambito delle proprie funzioni, affinché i dati oggetto di trattamento siano trattati in conformità alla normativa vigente.

A tal fine, il trattamento di dati personali è consentito solo al personale autorizzato e nel rispetto delle norme e delle procedure interne di CAMPING ITALY che sono stabilite in conformità alla normativa vigente.

IX. DISPOSIZIONI DI ATTUAZIONE

9.1 In generale

Attraverso l'adozione di un proprio Codice Etico, CAMPING ITALY ha voluto ribadire la propria adesione ai più elevati *standard* etici in cui crede e si riconosce.

L'osservanza dei principi del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali del personale dipendente ai sensi e per gli effetti delle normative vigenti (art. 2104 C.C. "*diligenza del prestatore di lavoro*").

Al fine di perseguire il rispetto dei principi di cui al presente Codice, CAMPING ITALY assicura:

- la massima diffusione e conoscibilità del presente Codice;
- l'interpretazione e l'attuazione uniforme del presente Codice;
- lo svolgimento di verifiche in merito a notizie di violazione del presente Codice e l'applicazione di sanzioni in caso di violazione delle stesse in conformità alla normativa vigente;
- la prevenzione e repressione di qualsiasi forma di ritorsione nei confronti di coloro che contribuiscano all'attuazione del presente Codice;
- l'aggiornamento periodico del presente Codice, sulla base di esigenze che di volta in volta si manifestino anche alla luce delle attività sopra indicate.
- Ferme restando le attribuzioni attribuite dagli organi sociali ai sensi di legge all'Organismo di Vigilanza, tutti i Dipendenti sono tenuti ad attuare e a collaborare all'attuazione del Codice, nei limiti delle proprie competenze e funzioni.

9.2 Organismo di vigilanza

Il controllo circa l'attuazione ed il rispetto del Modello e del Codice Etico è affidato all'Organismo di Vigilanza istituito ai sensi del D. Lgs. 231/01 per la cui individuazione e nomina si rinvia al Modello.

Si segnalano di seguito, con specifico riferimento al presente Codice, alcuni compiti esemplificativi dell'Organismo di Vigilanza:

- Si confronta con le funzioni competenti per stimolare adeguati percorsi di comunicazione e formazione;

- raccoglie le segnalazioni di presunte violazioni;
- Provvede a svolgere le opportune indagini, riportandone alle funzioni competenti l'esito e accertandosi che vengano comminate le sanzioni del caso;
- Garantisce la riservatezza sull'identità del segnalante, tutelandolo da eventuali ritorsioni;
- Formula le proprie osservazioni in merito ai dubbi interpretativi, alle problematiche di natura etica che dovessero insorgere nell'ambito delle decisioni aziendali e alle presunte violazioni del Codice Etico di cui venga a conoscenza;
- Mette a disposizione ogni possibile strumento conoscitivo e di chiarimento circa la corretta interpretazione e l'attuazione delle previsioni contenute nel Modello o nel Codice Etico;
- Approfondisce e propone i dovuti aggiornamenti del Codice Etico e delle procedure interne al fine di adeguarli ai cambiamenti societari ed alle aree a rischio, alla luce della normativa vigente in materia;
- Segnala agli organi aziendali competenti le eventuali violazioni del Modello o del Codice Etico, suggerendo la sanzione da irrogare e verificando l'effettiva applicazione dei provvedimenti disposti.

L'Organismo di Vigilanza è nominato dal Consiglio di Amministrazione il quale ne definisce la composizione, la durata in carica e l'eventuale remunerazione.

9.3 Violazione del Codice Etico e incentivo al rispetto dei principi in esso contenuti

L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale dei doveri che incombono sugli Organi Sociali e sul personale della Società, nonché parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai cd. Terzi Destinatari.

La violazione delle norme del Codice Etico comporterà l'applicazione delle sanzioni previste nel Sistema Disciplinare e/o, per quanto attiene ai Terzi Destinatari, nelle clausole inserite nei rapporti contrattuali.

Con riferimento agli Amministratori ed ai Sindaci sono previste diverse tipologie di sanzioni che vanno dal richiamo scritto, alla diffida al rispetto del Modello, alla revoca dell'incarico.

Ai soggetti 'cd apicali' potranno essere applicate diverse tipologie di sanzioni che vanno, in ordine crescente di gravità, dal richiamo scritto, alla multa e al licenziamento.

Ai soggetti 'cd dipendenti' potranno essere applicate diverse tipologie di sanzioni che vanno, in ordine crescente di gravità, dal rimprovero verbale, all'ammonizione scritta, alla sospensione dal servizio o dalla retribuzione e al licenziamento.

Per quanto concerne infine i Terzi Destinatari che sono tenuti al rispetto del Modello e del Codice Etico in virtù di apposite clausole inserite nei relativi contratti, il mancato rispetto delle norme contenute nel Modello e nel Codice Etico potrà comportare l'irrogazione di sanzioni che consistono, in ordine crescente di gravità, nella diffida, nell'applicazione di una penale, nella risoluzione del contratto.

Al fine di incentivare il rispetto dei principi contenuti all'interno del presente Codice Etico, la Società annualmente definisce gli incentivi e valuta il proprio personale anche in funzione di obiettivi comportamentali e di rispetto del Codice Etico.

9.4 Segnalazioni di eventuali violazioni del Codice Etico

Qualora un soggetto tenuto al rispetto del Modello e del presente Codice Etico venga a conoscenza di un fatto o di una circostanza idonei ad integrare il pericolo di una loro violazione, è tenuto ad effettuare tempestiva segnalazione all'Organismo di Vigilanza.

La Società ha attivato gli opportuni canali di comunicazione dedicati, al fine di agevolare il processo di segnalazione all'Organismo di Vigilanza.

Le segnalazioni possono pervenire tramite posta elettronica (odv@campingitaly.it) oppure tramite posta ordinaria all'indirizzo: CAMPING ITALY S.r.l. – Organismo di Vigilanza, Via Fausta n. 272, Cavallino Treponti (VE). All'uopo, si precisa che non verranno prese in considerazione le segnalazioni di natura anonima, ovvero quelle nelle quali non sia possibile risalire all'identità del mittente. Al contempo, è utile ribadire che sarà sempre tutelata la riservatezza di chi promuove la segnalazione. Come previsto dal Modello Organizzativo la procedura di gestione delle segnalazioni avviene in conformità alla normativa sul "Whistleblowing".

In ogni caso, infatti, l'Organismo di Vigilanza si adopera affinché coloro che hanno effettuato le segnalazioni non siano oggetto di ritorsioni, discriminazioni o, comunque, penalizzazioni, assicurando la adeguata riservatezza di tali soggetti.

Rev. 02 del 07.06.2018