



## **Codice Etico**

FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI

**Codice Etico**

Natura del documento: Versione definitiva

Approvazione: Consiglio d'Amministrazione

Data Approvazione: 25/08/2014

**Tabella Edizioni e revisioni**

Edizione	Revisione	Data Revisione	Motivazione	Data approvazione Consiglio d'Amministrazione
1	0	22/08/2014	Prima emissione	25/08/2014
1	1	11/08/2015	Aggiornamento	19/08/2015
1	2	28/04/2016	Eliminazione riferimenti Comitato Etico	29/04/2016

**LETTERA DEL PRESIDENTE**

*E' con orgoglio che presento il Codice Etico di Fondazione Meeting per l'Amicizia fra i Popoli, in cui sono definiti - in modo organico e unitario - i principi e i criteri di riferimento per regolare i comportamenti degli amministratori, dei dipendenti e di tutti coloro che collaborano con la Fondazione.*

*Si fonda sul patrimonio comune di valori condivisi sui quali la Fondazione ha costruito e intende continuare a costruire lo sviluppo della propria attività.*

*E' una guida alle decisioni di tutti i giorni. Rispettare e far rispettare il Codice Etico in ogni attività della Fondazione genera fiducia in tutti i portatori d'interesse e contribuisce ad affermare la reputazione della Fondazione stessa.*

*Il comportamento affidabile di ognuno di noi e la buona reputazione della Fondazione creano valore e costituiscono un indispensabile fattore di crescita e di sviluppo.*

*Tutte le scelte dei nostri interlocutori si fondano sulla fiducia e sulla responsabilità: è per questo che il Codice Etico non rappresenta soltanto un adempimento formale ma una conquista di ogni giorno.*

*Il Codice Etico comporta un grande impegno da parte della Fondazione, e richiede senso di condivisione e di responsabilità, soprattutto da parte degli amministratori, dei dirigenti, dei dipendenti, dei collaboratori, dei partner rilevanti. Di fatto, è parte del rapporto che li lega alla Fondazione. Sarà quindi diffuso a tutti i portatori d'interesse e spiegato a chi vuole operare in Fondazione o con la Fondazione.*

*Verrà calato nella pratica quotidiana e sarà aperto a ogni possibile miglioramento per valorizzare l'attività della Fondazione e la sua voglia di crescere.*

Il Presidente

**INDICE**

<b>1</b>	<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>7</b>
1.1	FINALITA' DEL CODICE ETICO.....	7
1.2	AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI DEL CODICE ETICO .....	7
1.3	LA FONDAZIONE .....	7
1.4	MISSION DI FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI .....	8
1.5	MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI.....	8
1.6	VISIONE ETICA.....	8
1.7	COMPORAMENTI ETICI.....	9
1.8	IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI .....	9
1.9	IL VALORE DELLA RECIPROCITA' .....	9
1.10	CODICE ETICO E D.LGS. 231/01 .....	9
1.11	LA STRUTTURA DEL CODICE ETICO.....	10
1.12	IL VALORE CONTRATTUALE DEL CODICE .....	10
1.13	AGGIORNAMENTI DEL CODICE.....	11
<b>2</b>	<b>PRINCIPI GENERALI .....</b>	<b>12</b>
2.1	LEGALITÀ.....	12
2.2	RESPONSABILITÀ.....	12
2.3	ONESTA' .....	12
2.4	IMPARZIALITA' .....	13
2.5	CORRETTEZZA (ASSENZA DI CONFLITTO D'INTERESSE).....	13
2.6	COERENZA .....	13
2.7	TRASPARENZA.....	13
2.8	RISERVATEZZA .....	14
2.9	EFFICIENZA.....	14
2.10	COINVOLGIMENTO E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE .....	14
2.11	INTEGRITÀ FISICA E MORALE DELLA PERSONA .....	14
2.12	EQUITÀ DELL'AUTORITÀ .....	15
2.13	QUALITÀ DEI SERVIZI .....	15
2.14	CONCORRENZA LEALE .....	15
2.15	RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ .....	15

---

2.16	TUTELA AMBIENTALE E SVILUPPO SOSTENIBILE .....	16
<b>3</b>	<b>CRITERI DI CONDOTTA .....</b>	<b>17</b>
3.1	GENERALITA' .....	17
3.1.1	TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI.....	17
3.1.2	REGALI, OMAGGI E BENEFICI .....	17
3.1.3	COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO .....	18
3.1.4	REGISTRAZIONI CONTABILI E CONTROLLI INTERNI.....	18
3.1.5	ANTICORRUZIONE .....	19
3.1.6	RIPUDIO DI OGNI FORMA DI TERRORISMO .....	19
3.1.7	TUTELA DELLA PERSONALITÀ INDIVIDUALE .....	19
3.1.8	TUTELA DELLA TRASPARENZA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (ANTI- RICICLAGGIO) .....	19
3.1.9	RAPPORTI CON OPERATORI INTERNAZIONALI .....	20
3.2	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I SOCI .....	20
3.2.1	SOCI.....	20
3.2.2	CORPORATE GOVERNANCE .....	20
3.2.3	ATTIVITA' DEI COMPONENTI DEGLI ORGANI SOCIALI .....	21
3.2.4	RELAZIONE CON I SOCI.....	21
3.2.5	VALORIZZAZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DEI SOCI.....	21
3.3	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I DIPENDENTI E I COLLABORATORI.....	22
3.3.1	DIPENDENTI E COLLABORATORI .....	22
3.3.2	SELEZIONE DEL PERSONALE .....	22
3.3.3	COSTITUZIONE DEL RAPPORTO .....	22
3.3.4	GESTIONE DEL PERSONALE .....	22
3.3.5	INTERVENTI SULL'ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO.....	24
3.3.6	SICUREZZA E SALUTE.....	24
3.3.7	INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA .....	24
3.3.8	TUTELA DELLA PRIVACY .....	25
3.3.9	DOVERI DEI COLLABORATORI .....	25
3.4	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I VOLONTARI .....	26
3.4.1	VOLONTARI .....	26

---

3.4.2	COSTITUZIONE DEL RAPPORTO .....	26
3.4.3	GESTIONE DEL RAPPORTO .....	27
3.4.4	SICUREZZA E SALUTE.....	28
3.4.5	INTEGRITA' E TUTELA DELLA PERSONA .....	28
3.4.6	TUTELA DELLA PRIVACY .....	28
3.4.7	IMPEGNI DEI VOLONTARI .....	29
3.5	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I DONATORI .....	30
3.5.1	DONATORI.....	30
3.5.2	RAPPORTI CON I DONATORI .....	30
3.6	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI .....	31
3.6.1	CLIENTI .....	31
3.6.2	IMPARZIALITÀ .....	31
3.6.3	I CONTRATTI E LE COMUNICAZIONI AI CLIENTI .....	31
3.6.4	STILE DI COMPORTAMENTO DEI COLLABORATORI .....	31
3.6.5	GESTIONE DELLA QUALITÀ.....	32
3.6.6	COINVOLGIMENTO DELLA CLIENTELA .....	32
3.7	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I BENEFICIARI.....	32
3.7.1	BENEFICIARI .....	32
3.7.2	RAPPORTI CON I BENEFICIARI.....	32
3.8	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I PARTNER.....	33
3.8.1	PARTNER .....	33
3.8.2	RAPPORTI CON I PARTNER.....	33
3.9	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI.....	34
3.9.1	FORNITORI.....	34
3.9.2	SCELTA DEL FORNITORE.....	34
3.9.3	INTEGRITÀ E INDIPENDENZA NEI RAPPORTI.....	35
3.9.4	CORRETTEZZA NELLA GESTIONE DEI CONTRATTI .....	35
3.9.5	TUTELA DEGLI ASPETTI ETICI NELLE FORNITURE .....	35
3.10	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITA' .....	36
3.10.1	COLLETTIVITA' .....	36
3.10.2	POLITICA AMBIENTALE .....	36

3.10.3	RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI PUBBLICHE .....	36
3.10.4	RAPPORTI ECONOMICI CON PARTITI, ORGANIZZAZIONI SINDACALI ED ASSOCIAZIONI .....	37
3.10.5	CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI.....	37
3.10.6	RAPPORTI CON I MEDIA.....	38
<b>4</b>	<b>MODALITA' DI ATTUAZIONE.....</b>	<b>39</b>
4.1	RESPONSABILITA' PER L'ATTUAZIONE.....	39
4.2	COMPITI DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA IN MATERIA DI ATTUAZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO.....	39
4.3	MODALITA' DI ATTUAZIONE E CONTROLLO .....	40
4.4	COMUNICAZIONE .....	40
4.5	FORMAZIONE.....	40
4.6	SEGNALAZIONI DEGLI STAKEHOLDER.....	41
4.7	VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO .....	41
<b>5</b>	<b>ALLEGATI .....</b>	<b>41</b>

## **1 INTRODUZIONE**

### **1.1 FINALITA' DEL CODICE ETICO**

Il presente Codice Etico (di seguito il "Codice Etico" o, più semplicemente, il "Codice") esprime gli impegni e le responsabilità nella conduzione delle attività societarie assunti dai collaboratori di FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI (di seguito anche "FONDAZIONE MEETING" o la "Fondazione" o l' "Ente"), siano essi amministratori o dipendenti o volontari o collaboratori in ogni senso di tale Ente (di seguito i "Collaboratori").

FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI ha predisposto il presente Codice Etico, al fine di definire con chiarezza e trasparenza l'insieme dei valori ai quali si ispira e dei principi volti a orientare i comportamenti da adottare per raggiungere gli obiettivi societari. Il Codice Etico è uno strumento fondamentale per lo svolgimento delle attività societarie, la cui osservanza è imprescindibile per il corretto funzionamento, l'affidabilità, la reputazione e l'immagine della Fondazione ed i cui principi costituiscono i fondamenti per il successo e lo sviluppo attuale e futuro della Fondazione stessa.

Per un'efficace applicazione, il Codice Etico va inteso come uno strumento rivolto a indurre e indirizzare, piuttosto che a imporre e sanzionare. La corretta interpretazione delle prescrizioni del Codice fa sì che possa aiutare ogni destinatario ad affrontare i problemi che si presentano nell'attività di tutti i giorni, in cui temi etici, problemi organizzativi e scelte gestionali sono strettamente connessi tra loro.

### **1.2 AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI DEL CODICE ETICO**

Il presente Codice si applica a FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI. I principi e le disposizioni del Codice Etico sono vincolanti, senza alcuna eccezione, per gli amministratori, i sindaci, i dirigenti, i dipendenti, i volontari e tutti coloro che, anche se esterni alla Fondazione, instaurino – direttamente o indirettamente - un rapporto, stabile o temporaneo, con FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI.

Tutti i predetti soggetti, nel seguito sono collettivamente definiti "Destinatari". I Destinatari sono, pertanto, tenuti ad osservare e, per quanto di propria competenza, a fare rispettare i principi e le disposizioni del presente Codice Etico.

In nessuna circostanza la pretesa di agire nell'interesse di FONDAZIONE MEETING giustifica l'adozione di comportamenti in contrasto con quanto disposto nel presente documento.

Il Codice Etico ha validità sia in Italia che all'estero, pur in considerazione della diversità culturale, sociale, economica e normativa dei vari Paesi in cui opera o dovesse operare FONDAZIONE MEETING.

### **1.3 LA FONDAZIONE**

La Fondazione "Meeting per l'Amicizia fra i Popoli" nasce dalla trasformazione della precedente Associazione omonima avvenuta con l'assemblea dei soci del 31/3/2008 e il contestuale ingresso nella compagine sociale dell'Associazione Compagnia delle Opere, della



Fondazione per la Sussidiarietà e dell'Associazione Italiana dei Centri Culturali che hanno in passato contribuito, e tutt'ora contribuiscono, quali "soci partner" alla realizzazione dell'evento culturale "Meeting per l'Amicizia fra i Popoli". La realizzazione di tale evento, meglio descritto al punto 1.5., costituisce la principale attività della FONDAZIONE MEETING, ma non ne esaurisce gli ambiti espressivi. FONDAZIONE MEETING, infatti, ha allestito in passato, e tutt'ora intende realizzare, mostre, esposizioni ed eventi culturali di vario genere anche al di fuori dell'evento "Meeting", anche in altre location italiane ed estere.

## **1.4 MISSION DI FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI**

FONDAZIONE MEETING nasce dal desiderio di alcuni amici di incontrare, conoscere e portare a Rimini tutto quello che di bello e buono c'è nella cultura del tempo.

Il valore fondamentale di riferimento è il riconoscimento di un fattore inestirpabile e oggettivo che accomuna tutti gli uomini: il desiderio di felicità, di bene, di verità e di giustizia che abita nel cuore di ognuno e che pertanto fonda la valorizzazione di ogni diversità.

Di fronte alla realtà di oggi connotata da una drammatica tensione tra uomini e popoli, una tensione che spesso diventa lotta, contrapposizione o tollerante indifferenza, la Fondazione Meeting scommette sul desiderio e la passione che ogni uomo ha nel proprio cuore per creare un terreno comune per l'incontro e il dialogo.

## **1.5 MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI**

La Fondazione costruisce, ogni anno nel mese di agosto, un luogo fisico chiamato Meeting per l'amicizia fra i popoli, in cui sperimentare come l'esperienza della fede cristiana vissuta sia capace di incontrare, valorizzare, dialogare con tutti i tentativi umani interessanti presenti nella realtà, un luogo di amicizia costruito dalla gratuità di migliaia di volontari che mettono in comune una tensione al vero, al bene, al bello.

Dal 1980, ogni anno arrivano grandi personaggi della politica, manager dell'economia, rappresentanti di religioni e culture, intellettuali e artisti, sportivi e protagonisti dello scenario mondiale. Storie di uomini al centro di incontri, mostre, spettacoli e eventi sportivi. La cultura al Meeting si esprime come esperienza, originata dal desiderio di scoprire la bellezza della realtà. Tutto questo nei sette giorni dell'appuntamento che è diventato negli anni il festival culturale più frequentato al mondo.

## **1.6 VISIONE ETICA**

FONDAZIONE MEETING aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i propri stakeholder, cioè con quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di FONDAZIONE MEETING o che hanno comunque un interesse nelle attività della Fondazione stessa.

Sono stakeholder coloro che compiono investimenti in termini di tempo, interessi, energie e risorse economiche connessi alle attività di FONDAZIONE MEETING, in primo luogo i soci e, quindi, i dipendenti, i collaboratori, i volontari, i donatori, i partner, i clienti, i beneficiari e i fornitori di FONDAZIONE MEETING.

In senso allargato sono inoltre stakeholder tutti quei singoli o gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività di FONDAZIONE MEETING, quali le comunità locali e nazionali in cui FONDAZIONE MEETING opera (di seguito “stakeholder” o “portatori d’interesse”).

La ricerca di un rapporto corretto e trasparente con gli stakeholder eleva, garantisce e protegge la reputazione della Fondazione nel contesto sociale in cui essa opera.

### **1.7 COMPORAMENTI ETICI**

Con comportamento etico si intende il modo di agire che realizza il sistema di valori della Fondazione definito nel presente Codice.

All’opposto, non sono etici, e favoriscono l’assunzione di atteggiamenti prevenuti e ostili nei confronti dell’impresa, i comportamenti di chiunque, singolo o organizzazione, cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza.

Nella conduzione delle attività aziendali i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra FONDAZIONE MEETING e i propri stakeholder.

### **1.8 IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI**

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale per FONDAZIONE MEETING.

All'esterno essa favorisce l’approvazione sociale, gli investimenti dei soci, i rapporti con le istituzioni, l’attrazione delle migliori risorse umane, la fedeltà dei clienti, la serenità dei fornitori, l’affidabilità verso i terzi in genere.

All'interno, essa contribuisce a prendere e attuare le decisioni senza frizioni e di organizzare il lavoro senza controlli burocratici ed esercizi eccessivi dell'autorità.

Il Codice Etico chiarisce i particolari doveri di FONDAZIONE MEETING PER L’AMICIZIA FRA I POPOLI nei confronti degli stakeholder (doveri fiduciari).

### **1.9 IL VALORE DELLA RECIPROCIITA’**

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

FONDAZIONE MEETING richiede perciò che ciascun stakeholder agisca nei suoi confronti secondo principi e regole ispirate ad un’analoga idea di condotta etica.

### **1.10 CODICE ETICO E D.LGS. 231/01**

Il D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, dal titolo “Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell’art. 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300”, ha introdotto nell’ordinamento giuridico italiano un regime di responsabilità amministrativa a carico degli enti, per una serie di reati tassativamente elencati, commessi nel loro interesse o vantaggio da persone fisiche le quali rivestano, anche di fatto, funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione, ovvero sottoposte alla direzione o alla vigilanza di uno di tali soggetti.

L'art. 6 del menzionato decreto stabilisce tuttavia che l'ente non è responsabile in ordine a tali reati, qualora dimostri di aver adottato ed efficacemente attuato, prima della commissione del fatto, "modelli di organizzazione e di gestione idonei a prevenire reati della specie di quello verificatosi", nell'ambito dei quali sia prevista l'istituzione di un organo di controllo, interno all'ente medesimo, con il compito di vigilare sul funzionamento, l'efficacia e l'osservanza dei predetti modelli, nonché di curarne l'aggiornamento.

Le linee guida promulgate ed aggiornate successivamente da diverse associazioni evidenziano come un elemento essenziale del modello organizzativo adottato dagli enti ai sensi del D.Lgs. n. 231 del 2001 sia costituito dal Codice Etico, inteso come documento ufficiale dell'ente, approvato dal massimo vertice di quest'ultimo, contenente l'insieme dei diritti, dei doveri, delle responsabilità e delle regole comportamentali dell'ente nei confronti dei c.d. "portatori d'interesse", anche indipendentemente e al di là di quanto previsto a livello normativo.

Inoltre tali linee guida individuano alcuni principi fondamentali che devono essere contenuti in un Codice Etico, in riferimento a comportamenti rilevanti ai fini del D.Lgs. n. 231/2001:

- a) l'ente deve avere come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e regolamenti vigenti in tutti i paesi in cui esso opera;
- b) ogni operazione e transazione deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua;
- c) l'ente deve attenersi ad una serie di principi base relativamente ai rapporti con gli interlocutori dell'ente stesso.

L'adozione del Codice Etico è di importanza centrale ai fini del corretto svolgimento delle attività aziendali e costituisce – nel contempo - un elemento indispensabile nell'ambito della funzione di controllo e prevenzione degli illeciti che gli enti sono chiamati ad effettuare ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001.

### **1.11 LA STRUTTURA DEL CODICE ETICO**

Il presente Codice Etico è costituito dalla presente introduzione e dalle seguenti parti:

- *principi generali sulle relazioni con gli stakeholder*, che definiscono in modo astratto i valori di riferimento nelle attività di FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI;
- *criteri di condotta verso ciascuna classe di stakeholder*, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali i Collaboratori di FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- *modalità di attuazione*, che descrivono il sistema di controllo finalizzato all'osservanza del Codice Etico ed al suo miglioramento.

### **1.12 IL VALORE CONTRATTUALE DEL CODICE**

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti di FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI ai sensi e

per gli effetti degli articoli 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile (Diligenza del prestatore di lavoro, Obbligo di fedeltà e Sanzioni disciplinari). La violazione delle norme del presente Codice lede il rapporto di fiducia instaurato con la Fondazione e può portare ad azioni disciplinari e di risarcimento del danno, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure previste dall'art. 7 della l. 300/1970 (Statuto dei Lavoratori), dai contratti collettivi di lavoro e dal sistema disciplinare adottati dall'impresa.

### **1.13 AGGIORNAMENTI DEL CODICE**

Con delibera del Consiglio di Amministrazione di FONDAZIONE MEETING , il Codice può essere modificato ed integrato, anche sulla scorta dei suggerimenti e delle indicazioni provenienti dall'Organismo di Vigilanza.

## **2 PRINCIPI GENERALI**

Di seguito sono illustrati i principi di riferimento che rappresentano i valori fondamentali cui i destinatari del Codice devono attenersi nel perseguimento della missione istituzionale. Le disposizioni ivi contenute hanno valore primario ed assoluto ed in nessun caso la convinzione di agire a vantaggio della Fondazione giustifica comportamenti in contrasto con i principi del Codice stesso.

### **2.1 LEGALITÀ**

La Fondazione ha come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti in Italia e in tutti i Paesi in cui si trova ad operare. I destinatari del Codice sono tenuti al rispetto della normativa vigente.

In nessun caso è ammesso perseguire o realizzare l'interesse dell'impresa in violazione delle leggi.

Tale principio deve ritenersi operante sia con riguardo alle attività svolte nell'ambito del territorio italiano, sia a quelle connesse ai rapporti intercorrenti con operatori internazionali.

Rifiuta inoltre il coinvolgimento con soggetti che esercitano, per quanto noto alla Fondazione, attività illecite o finanziate con capitali di fonte illecita.

La Fondazione si impegna ad assicurare ai soggetti interessati un adeguato programma di informazione e formazione sul Codice etico.

### **2.2 RESPONSABILITÀ**

Nella realizzazione della missione istituzionale i comportamenti di tutti i destinatari del presente Codice devono essere ispirati dall'etica della responsabilità.

I Destinatari devono svolgere con lealtà ed efficacia le proprie attività, con la piena consapevolezza degli effetti diretti ed indiretti che il proprio lavoro produce.

La Fondazione si impegna a promuovere la conoscenza e a valorizzare gli effetti dei processi aziendali di cui le risorse umane impiegate sono responsabili.

La responsabilità di ciascuno è tanto maggiore quanto più sono alte l'autorità di cui si dispone e la discrezionalità nelle scelte. Conseguentemente la diffusione e l'attuazione di questo Codice dipendono dall'impegno di tutti e, in particolare, di coloro che detengono il maggior potere decisionale e al cui comportamento è riconosciuto valore di esempio.

### **2.3 ONESTA'**

Tutte le attività devono essere svolte nel rispetto del principio di onestà, rinunciando al perseguimento di interessi personali o societari e al compimento di atti che comportino violazione della normativa vigente, del presente Codice Etico e di regolamenti interni.

Sono da evitare situazioni attraverso le quali un dipendente, un amministratore o altro destinatario possa trarre un vantaggio e/o un profitto indebiti da opportunità conosciute durante e in ragione dello svolgimento della propria attività.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse o del vantaggio di FONDAZIONE MEETING può giustificare un operato non conforme ad una linea di condotta onesta.

#### **2.4 IMPARZIALITA'**

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri stakeholder (i rapporti con i soci, la selezione e la gestione del personale, l'organizzazione del lavoro, i rapporti con i volontari, le relazioni con i donatori, i rapporti con i partner, la gestione dei clienti da servire, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano), fermo restando la valutazione delle attitudini personali rispetto alle attività da svolgere, FONDAZIONE MEETING evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori.

#### **2.5 CORRETTEZZA (ASSENZA DI CONFLITTO D'INTERESSE)**

Nella conduzione di qualsiasi attività si deve agire sempre nel rispetto dei diritti degli interlocutori, degli impegni assunti e evitando situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse.

Con ciò si intende sia il caso in cui un collaboratore persegua un interesse diverso dalla mission della Fondazione e dal bilanciamento degli interessi degli stakeholder o si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari della Fondazione, sia il caso in cui i rappresentanti dei clienti o dei fornitori, o delle istituzioni pubbliche, agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione, nei loro rapporti con FONDAZIONE MEETING.

#### **2.6 COERENZA**

Ogni destinatario si impegna ad attuare quotidianamente e costantemente, in qualsiasi azione, i valori e i principi di funzionamento della Fondazione.

#### **2.7 TRASPARENZA**

FONDAZIONE MEETING si impegna ad assicurare la trasparenza della gestione aziendale, della comunicazione e dell'informazione.

Tutte le azioni ed operazioni devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e svolgimento.

Per ogni operazione vi deve essere un adeguato supporto documentale al fine di poter procedere, in ogni momento, all'effettuazione di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuino chi ha autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione stessa.

La comunicazione oltre a dover seguire sempre le procedure stabilite, deve essere semplice, comprensibile tempestiva e veritiera e - se resa pubblica - facilmente accessibile a tutti.

FONDAZIONE MEETING si impegna a fornire informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che i portatori d'interesse siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze che ne possono derivare, in merito alle relazioni con FONDAZIONE MEETING stessa.

### **2.8 RISERVATEZZA**

FONDAZIONE MEETING assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso, evitando un uso improprio delle informazioni medesime, e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e conformità alle norme giuridiche vigenti.

Inoltre, i Collaboratori di FONDAZIONE MEETING sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

### **2.9 EFFICIENZA**

FONDAZIONE MEETING si impegna a realizzare ogni attività lavorativa con l'ottimizzazione delle risorse impiegate, valorizzandole e non sprecandole, siano esse umane, materiali, tecnologiche, energetiche o finanziarie.

### **2.10 COINVOLGIMENTO E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE**

I collaboratori di FONDAZIONE MEETING sono un fattore indispensabile per il suo successo e per la realizzazione della propria missione.

Per questo motivo, FONDAZIONE MEETING promuove il coinvolgimento del personale nel raggiungimento degli obiettivi societari, riconosce il contributo professionale delle persone in un contesto di lealtà e fiducia reciproca, valorizza le risorse umane allo scopo di massimizzarne il grado di soddisfazione, di migliorare ed accrescere il patrimonio delle competenze possedute da ciascun collaboratore.

### **2.11 INTEGRITÀ FISICA E MORALE DELLA PERSONA**

FONDAZIONE MEETING tutela l'integrità fisica e morale dei suoi collaboratori, assicurando condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri. Vengono messe a disposizione dei lavoratori attrezzature idonee con particolare riferimento ad una attenta valutazione e gestione dei rischi e ad un programma di formazione adeguato e ripetuto nel tempo.

FONDAZIONE MEETING riconosce alla tutela della salute e sicurezza sul lavoro un'importanza fondamentale e imprescindibile nell'ambito della organizzazione aziendale.

Conseguentemente, la Fondazione adotta nell'esercizio dell'impresa le misure che, secondo la particolarità dell'attività svolta, l'esperienza e la tecnica sono necessarie a tutelare l'integrità fisica e la personalità morale dei lavoratori.

La ricerca di vantaggi per la Fondazione, qualora comportino o possano comportare la violazione, dolosa o colposa, alle norme in tema di tutela della sicurezza e salute del lavoro, non è mai giustificata.

Non sono tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

### **2.12 EQUITÀ DELL'AUTORITÀ**

Nella gestione dei rapporti che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche - in special modo con i collaboratori - FONDAZIONE MEETING si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitandone ogni abuso.

In particolare, FONDAZIONE MEETING garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e autonomia del collaboratore, e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei collaboratori.

### **2.13 QUALITÀ DEI SERVIZI**

FONDAZIONE MEETING indirizza la propria azione alla piena soddisfazione dei propri beneficiari e clienti, dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei servizi.

Si impegna ad assicurare che i servizi erogati a beneficiari siano caratterizzati da standard di qualità predefiniti e - per gli ambiti di maggior rilievo - misurabili con riferimento a target obiettivi.

Periodicamente i risultati di esercizio vengono monitorati e valutati e fungono da punti di riferimento per azioni di analisi e miglioramento continuo.

### **2.14 CONCORRENZA LEALE**

Il fenomeno della concorrenza, quando corretta e leale, porta alla massimizzazione dell'utilità sociale attraverso l'ottimizzazione economica.

FONDAZIONE MEETING intende sviluppare il valore della concorrenza leale, adottando principi di correttezza, leale competizione e trasparenza nei confronti sia di tutti gli operatori presenti sul mercato, sia di tutte le risorse all'interno della Fondazione.

### **2.15 RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ**

FONDAZIONE MEETING è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale delle comunità in cui opera.

Per questo motivo, FONDAZIONE MEETING intende condurre le attività finalizzate al conseguimento dell'oggetto sociale in funzione dell'apprezzamento sociale, nel rispetto delle comunità locali e nazionali, e sostenere iniziative di valore culturale e sociale al fine di ottenere un miglioramento della propria reputazione e accettazione sociale.



**2.16 TUTELA AMBIENTALE E SVILUPPO SOSTENIBILE**

L'ambiente è un bene primario che FONDAZIONE MEETING intende salvaguardare, nello svolgimento delle proprie attività. A tal fine si impegna a gestire con criteri di tutela ambientale ed efficienza i propri processi attraverso l'individuazione, la gestione ed il controllo degli aspetti ambientali, nonché attraverso l'uso razionale delle risorse energetiche e la minimizzazione delle emissioni, secondo un modello di sviluppo compatibile con il territorio e l'ambiente.

### **3 CRITERI DI CONDOTTA**

#### **3.1 GENERALITA'**

##### **3.1.1 TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI**

Le informazioni degli stakeholder sono trattate da FONDAZIONE MEETING nel pieno rispetto della riservatezza e della privacy degli interessati.

I responsabili del trattamento dei dati, sia interni che esterni, vengono ufficialmente individuati e nominati; resta in capo a loro la garanzia della riservatezza dei dati mentre FONDAZIONE MEETING ne verifica il corretto operato.

A tal fine sono applicate e costantemente aggiornate politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni; in particolare FONDAZIONE MEETING:

- definisce un'organizzazione per il trattamento delle informazioni che assicuri la corretta separazione dei ruoli e delle responsabilità;
- classifica le informazioni per livelli di criticità crescenti, e adotta opportune contromisure in ciascuna fase del trattamento;
- sottopone i soggetti terzi che intervengono nel trattamento delle informazioni alla sottoscrizione di patti di riservatezza;
- informa il proprio personale e i responsabili esterni relativamente alle modalità di trattamento dei dati e alla criticità delle informazioni trattate;
- adotta politiche di salvaguardia, mantenimento e conservazione dei dati;
- adotta criteri gerarchici autorizzativi e di visibilità delle informazioni.

##### **3.1.2 REGALI, OMAGGI E BENEFICI**

Non è ammessa alcuna forma di regalo che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a FONDAZIONE MEETING.

Si precisa che per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio (partecipazione gratuita a convegni, promessa di un'offerta di lavoro, ecc.).

Tale norma concerne sia i regali promessi o offerti sia quelli ricevuti, e non ammette deroghe nemmeno in quei paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali è consuetudine.

In particolare, è vietata qualsiasi forma di regalo a rappresentanti di governo, pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, o a loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Gli omaggi di FONDAZIONE MEETING si caratterizzano perché volti a promuovere la *brand image* (immagine di marca) della Fondazione stessa.

I regali offerti, salvo quelli di modico valore, devono essere documentati in modo adeguato per consentire verifiche e autorizzati dal responsabile di funzione, il quale provvede a darne preventiva comunicazione all'Organismo di Vigilanza di FONDAZIONE MEETING.

I collaboratori di FONDAZIONE MEETING che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite, sono tenuti, secondo le procedure stabilite, a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza di FONDAZIONE MEETING che ne valuta l'appropriatezza e provvede a comunicare al mittente la politica di FONDAZIONE MEETING in materia.

La gestione di regali, omaggi e benefici è disciplinata da apposito Regolamento interno.

### **3.1.3 COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO**

La comunicazione di FONDAZIONE MEETING verso i suoi stakeholder (anche attraverso i mass media) è improntata al rispetto del diritto all'informazione; in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi.

Ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale, ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività.

### **3.1.4 REGISTRAZIONI CONTABILI E CONTROLLI INTERNI**

#### *3.1.4.1 TRASPARENZA E ACCURATEZZA DELLE REGISTRAZIONI CONTABILI*

Le registrazioni contabili devono essere trasparenti e basarsi su verità, accuratezza e completezza delle informazioni per garantire l'affidabilità del sistema amministrativo-contabile e la corretta rappresentazione della situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Fondazione nei documenti interni, nei bilanci e nelle altre comunicazioni sociali, nonché nelle informazioni rivolte agli stakeholder. Tutti i Destinatari sono tenuti a collaborare affinché i dati di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità.

Le evidenze contabili devono basarsi su informazioni precise e verificabili e devono rispettare pienamente le procedure interne in materia di contabilità.

Ogni registrazione contabile deve riflettere esattamente ciò che risulta dalla documentazione di supporto, da conservare con cura per l'eventuale assoggettività a verifica.

Nessuna scrittura contabile falsa o artificiosa può essere inserita nei registri contabili della Fondazione per alcuna ragione. Nessun dipendente può impegnarsi in attività che determinino un tale illecito, anche se su richiesta di un superiore.

I Destinatari che venissero a conoscenza di omissioni, falsificazioni o trascuratezze delle registrazioni contabili o della documentazione di supporto, devono darne immediata comunicazione al proprio superiore e all'Organismo di Vigilanza.

Il personale che deve elaborare stime necessarie a fini di bilancio, dovrà operare con criteri prudenziali, supportati dalla conoscenza delle tecniche contabili o più specifiche del settore interessato ed in ogni caso con la diligenza richiesta agli esperti del settore.

#### **3.1.4.2 CONTROLLI INTERNI**

L'esistenza di un adeguato sistema di controlli interni è un valore riconosciuto da FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI per il contributo che i controlli danno al miglioramento dell'efficienza aziendale.

Per controlli interni si intendono tutti gli strumenti volti a indirizzare, gestire e verificare le attività aziendali, per assicurare il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, il raggiungimento degli interessi aziendali e per fornire dati contabili e finanziari accurati e completi.

Ogni livello della struttura organizzativa ha il compito di concorrere alla realizzazione di un sistema di controllo interno efficace ed efficiente. Tutti i dipendenti di FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema aziendale di controllo. Sono tenuti a comunicare al proprio superiore e all'Organismo di Vigilanza le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità delle quali fossero venuti a conoscenza.

#### **3.1.5 ANTICORRUZIONE**

I destinatari si impegnano a rispettare tutte le norme e disposizioni, sia nazionali che internazionali, in tema di anticorruzione e, in ogni caso, a non essere mai coinvolti in pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette e/o attraverso terzi, di vantaggi personali e di carriera per sé o per altri.

#### **3.1.6 RIPUDIO DI OGNI FORMA DI TERRORISMO**

FONDAZIONE MEETING ripudia ogni forma di terrorismo e non instaura alcun rapporto di natura lavorativa o commerciale con soggetti, siano essi persone fisiche o giuridiche, coinvolti in fatti di terrorismo, così come non finanzia o comunque non agevola alcuna attività di questi.

#### **3.1.7 TUTELA DELLA PERSONALITÀ INDIVIDUALE**

FONDAZIONE MEETING riconosce l'esigenza di tutelare la libertà individuale e personale e ripudia qualunque atto che favorisca fenomeni quali la prostituzione e/o la pornografia minorile.

#### **3.1.8 TUTELA DELLA TRASPARENZA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (ANTI-RICICLAGGIO)**

In riferimento principio quello della massima trasparenza nelle transazioni commerciali FONDAZIONE MEETING predispone gli strumenti più opportuni al fine di contrastare i fenomeni del riciclaggio e della ricettazione.

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

Prima di stabilire relazioni o stipulare contratti con fornitori ed altri soggetti in relazioni d'affari di lungo periodo, i destinatari devono assicurarsi dell'integrità morale, della reputazione ed del buon nome della controparte. Protocolli di legalità e patti di integrità costituiscono strumenti preferenziali di relazione con la Fondazione.

### **3.1.9 RAPPORTI CON OPERATORI INTERNAZIONALI**

Tutti i propri rapporti, ivi inclusi quelli di natura commerciale, intercorrenti tra FONDAZIONE MEETING e soggetti operanti a livello internazionale, devono avvenire nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti, con l'obiettivo di scongiurare il pericolo di commissione di fattispecie di reato di natura transnazionale.

A tale proposito, FONDAZIONE MEETING si impegna ad adottare tutte le cautele necessarie a verificare l'affidabilità di tali operatori, nonché la legittima provenienza dei capitali e dei mezzi da questi ultimi utilizzati nell'ambito dei rapporti intercorrenti con la Fondazione. Nei limiti delle proprie possibilità, inoltre, FONDAZIONE MEETING si impegna a collaborare, con correttezza e trasparenza, con le Autorità, anche straniere, che dovessero richiedere informazioni o svolgere indagini in merito ai rapporti intercorrenti tra FONDAZIONE MEETING e gli operatori internazionali.

## **3.2 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I SOCI**

### **3.2.1 SOCI**

E' socio di FONDAZIONE MEETING chi possiede quote di capitale della Fondazione.

### **3.2.2 CORPORATE GOVERNANCE**

L'attività degli organi sociali è improntata al pieno rispetto delle regole sancite dallo Statuto sociale, dai Regolamenti Interni e dalla legislazione vigente nazionale e comunitaria.

Il sistema di corporate governance è orientato:

- alla massimizzazione del valore dell'impresa a medio-lungo termine, al fine di aumentarne il beneficio verso i soci e le generazioni future;
- alla distribuzione dei benefici secondo i dettati statutari;
- al rispetto dei diritti dei soci;
- al controllo dei rischi d'impresa;
- ad una gestione socialmente responsabile;
- alla salvaguardia del patrimonio aziendale.

L'esercizio del governo d'impresa in FONDAZIONE MEETING è ispirato a diligenza ed è incompatibile con lo sfruttamento, a fini personali o di gruppo, delle maggiori informazioni di cui si dispone rispetto a soci.

I soci di FONDAZIONE MEETING sono impegnati a rispettare le decisioni prese dagli organi di governo in conformità ai poteri loro conferiti.

Le possibilità di influire sul governo dell'impresa sono uguali per tutti i soci. Non è quindi consentito che specifici gruppi di soci si organizzino per ottenere trattamenti privilegiati in cambio di appoggio a coloro che detengono il governo.

### **3.2.3 ATTIVITA' DEI COMPONENTI DEGLI ORGANI SOCIALI**

L'attività degli organi sociali è improntata al pieno rispetto delle regole sancite dallo Statuto sociale, dai Regolamenti Interni e dalla legislazione vigente nazionale e comunitaria.

In particolare, gli organi sociali devono:

- garantire un comportamento ispirato ad autonomia, indipendenza e correttezza sia nei rapporti con le istituzioni pubbliche sia con i soggetti privati (inclusi i creditori sociali, le associazioni economiche e gli operatori nazionali ed internazionali);
- tenere un comportamento ispirato ad integrità, lealtà e senso di responsabilità nei confronti della Fondazione;
- garantire una partecipazione assidua ed informata alle adunanze ed alle attività degli organi sociali;
- astenersi dal compiere atti in situazioni di conflitto di interessi nell'ambito della propria attività;
- facilitare le attività di controllo e/o di revisione da parte dei soci, degli altri organi sociali, incluso l'Organismo di Vigilanza e o altri incaricati per lo svolgimento delle attività stesse;
- fare un uso riservato delle informazioni di cui vengono a conoscenza per ragioni d'ufficio evitando di avvalersi della loro posizione per ottenere vantaggi personali. Le comunicazioni verso l'esterno devono rispettare le leggi e salvaguardare le informazioni price sensitive e quelle coperte da segreto industriale;
- rispettare, per quanto di propria competenza e nei limiti delle proprie responsabilità, le norme di condotta dettate per i Dipendenti e i Collaboratori dal paragrafo "Criteri di condotta nelle relazioni con dipendenti e collaboratori".

### **3.2.4 RELAZIONE CON I SOCI**

FONDAZIONE MEETING è fondata sulla partecipazione democratica dei soci all'esercizio della proprietà sociale e del controllo.

Per questo FONDAZIONE MEETING si impegna affinché a tutti i soci sia riconosciuta parità d'informazione, favorendo così la partecipazione diffusa e consapevole dei soci alle decisioni di loro competenza.

### **3.2.5 VALORIZZAZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DEI SOCI**

FONDAZIONE MEETING orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei propri soci, adoperandosi affinché i risultati conseguiti siano tali da salvaguardare ed incrementare il valore della Fondazione.

### **3.3 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I DIPENDENTI E I COLLABORATORI**

#### **3.3.1 DIPENDENTI E COLLABORATORI**

Nel presente Codice si definisce dipendente o collaboratore ogni persona che, al di là della qualificazione giuridica del rapporto, intrattenga con FONDAZIONE MEETING una relazione di lavoro finalizzata al raggiungimento degli scopi della Fondazione.

#### **3.3.2 SELEZIONE DEL PERSONALE**

La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi e alle esigenze aziendali, assicurando pari opportunità per tutti i soggetti interessati.

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

Nelle fasi di selezione e assunzione la funzione aziendale preposta, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta comportamenti per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo (per esempio, evitando che il selezionatore sia legato da vincoli di parentela con il candidato).

#### **3.3.3 COSTITUZIONE DEL RAPPORTO**

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro; non è tollerata alcuna forma di lavoro non conforme o comunque elusiva delle disposizioni vigenti.

Alla costituzione del rapporto di lavoro ogni collaboratore riceve accurate informazioni relative a:

- caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere;
- elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto collettivo nazionale di lavoro vigente;
- norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- il presente Codice Etico.

Tali informazioni sono presentate al collaboratore in modo che l'accettazione dell'incarico sia basata su un'effettiva comprensione.

#### **3.3.4 GESTIONE DEL PERSONALE**

##### *3.3.4.1 VALUTAZIONE DEL PERSONALE*

FONDAZIONE MEETING evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei propri collaboratori.

Nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai collaboratori (ad esempio in caso di promozione o trasferimento) e/o sulla base di considerazioni di merito (ad esempio assegnazione degli incentivi in base ai risultati raggiunti).

L'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità; inoltre, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, sono favorite quelle flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolano la gestione dello stato di maternità e in generale della cura dei figli.

La valutazione dei collaboratori è effettuata in maniera allargata coinvolgendo i responsabili, la funzione personale e, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato.

Nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della privacy, la funzione personale opera per impedire favoritismi, forme di clientelismo o forme di nepotismo (ad esempio, escludendo rapporti di dipendenza gerarchica tra collaboratori legati da vincoli di parentela).

#### *3.3.4.2 DIFFUSIONE DELLE POLITICHE DEL PERSONALE*

Le politiche di gestione del personale sono rese disponibili a tutti i collaboratori attraverso gli strumenti di comunicazione aziendale.

#### *3.3.4.3 VALORIZZAZIONE E FORMAZIONE DELLE RISORSE*

I responsabili utilizzano e valorizzano pienamente tutte le professionalità presenti all'interno di FONDAZIONE MEETING, attivandosi al fine di favorire lo sviluppo e la crescita dei propri collaboratori (ad esempio, attraverso programmi di scambio fra personale qualificato di diverse funzioni, affiancamenti a personale esperto, esperienze finalizzate alla copertura di incarichi di maggiore responsabilità).

In quest'ambito, riveste particolare importanza la comunicazione da parte dei responsabili dei punti di forza e di debolezza del collaboratore, in modo che quest'ultimo possa tendere al miglioramento delle proprie competenze anche attraverso una formazione mirata.

FONDAZIONE MEETING, allo scopo di valorizzare le specifiche competenze e conservare il valore professionale del personale mette a disposizione di tutti i collaboratori strumenti informativi e formativi a tal fine necessari.

È prevista una formazione istituzionale erogata in determinati momenti della vita aziendale del collaboratore (ad esempio, per i neoassunti è prevista una formazione ai fini del D. Lgs. 231/2001, un'introduzione alla Fondazione e alle sue attività) e una formazione ricorrente rivolta al personale operativo.

#### *3.3.4.4 GESTIONE DEL TEMPO DI LAVORO DEI COLLABORATORI*

Ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro.

Costituisce abuso della posizione di autorità richiedere, come atto dovuto al superiore gerarchico, prestazioni, favori personali o qualunque comportamento che configuri una violazione del presente Codice Etico.



#### **3.3.4.5 COINVOLGIMENTO DEI COLLABORATORI**

E' favorito il coinvolgimento dei collaboratori nello svolgimento del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi aziendali.

Il collaboratore deve partecipare a tali momenti con spirito di collaborazione ed indipendenza di giudizio.

L'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali; il collaboratore deve, comunque, sempre concorrere all'attuazione delle attività stabilite.

#### **3.3.5 INTERVENTI SULL'ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO**

Nel caso di riorganizzazione del lavoro, è salvaguardato il valore delle risorse umane prevedendo, ove necessario, azioni di formazione e/o di riqualificazione professionale.

Inoltre, in caso di eventi nuovi o imprevisti, che devono essere comunque esplicitati, il collaboratore può essere assegnato a incarichi diversi rispetto a quelli svolti in precedenza, avendo cura di salvaguardare le sue competenze professionali.

#### **3.3.6 SICUREZZA E SALUTE**

FONDAZIONE MEETING si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori e organizzando incontri propositivi di miglioramento per ogni settore.

Inoltre opera per preservare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei lavoratori, nonché l'interesse degli altri stakeholder.

A tal fine, realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa, attraverso:

- l'introduzione di un sistema integrato di gestione dei rischi e della sicurezza volti ad identificare le principali criticità dei processi e delle risorse da proteggere;
- l'adozione delle migliori tecnologie;
- l'adozione di procedure formali di lavoro;
- il controllo e l'aggiornamento delle metodologie di lavoro;
- l'apporto di interventi formativi e di comunicazione;
- l'esecuzione di ispezioni in cantieri per il monitoraggio delle procedure di lavoro e del rispetto delle prescrizioni sulla sicurezza;
- il costante dialogo con RLS, RSPP, medico competente, sindacati e lavoratori.

#### **3.3.7 INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA**

L'integrità morale dei collaboratori è tutelata garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Per questo motivo FONDAZIONE MEETING salvaguarda i lavoratori da atti di violenza psicologica, e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze (per

esempio, nel caso di ingiurie, minacce, isolamento o eccessiva invadenza, limitazioni professionali).

### **3.3.8 TUTELA DELLA PRIVACY**

La privacy del collaboratore è tutelata adottando standard che specificano le informazioni che l'impresa richiede al collaboratore e le relative modalità di trattamento e conservazione.

È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali, credenze politiche o religiose e, in generale, la vita privata dei collaboratori.

Tali standard prevedono inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun collaboratore, delle norme a protezione della privacy.

### **3.3.9 DOVERI DEI COLLABORATORI**

#### *3.3.9.1 OBBLIGHI DI CONDOTTA*

Il collaboratore deve agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando le prestazioni richieste.

#### *3.3.9.2 GESTIONE DELLE INFORMAZIONI*

Il collaboratore deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità.

È tenuto ad elaborare i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta.

#### *3.3.9.3 CONFLITTO DI INTERESSI*

Tutti i collaboratori di FONDAZIONE MEETING sono tenuti ad evitare le situazioni ed attività in cui si possono manifestare conflitti di interessi e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare conflitto di interessi le seguenti situazioni:

- svolgere una funzione di vertice (amministratore delegato, consigliere, responsabile di funzione) e avere interessi economici con fornitori, clienti, o concorrenti (possesso di azioni, incarichi professionali, ecc.) anche attraverso i familiari;
- curare i rapporti con i fornitori e svolgere attività lavorativa, anche da parte di un familiare, presso fornitori;
- accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con FONDAZIONE MEETING.

Qualora un collaboratore si trovi in una situazione che, anche potenzialmente, può costituire o determinare un conflitto di interessi è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il

quale, secondo le modalità previste, informa L'Organismo di Vigilanza di FONDAZIONE MEETING, che ne valuta caso per caso l'effettiva presenza.

Il collaboratore è tenuto, inoltre – coerentemente con quanto previsto anche dal vigente contratto di lavoro - a dare informazioni al proprio Responsabile e all'Organismo di Vigilanza circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano apparire in conflitto di interessi con FONDAZIONE MEETING.

#### **3.3.9.4 UTILIZZO DEI BENI AZIENDALI**

Ogni collaboratore è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego.

In particolare, ogni collaboratore deve:

- utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni a lui affidati;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse della Fondazione.

Ogni collaboratore è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente le unità aziendali preposte di eventuali minacce o eventi dannosi per FONDAZIONE MEETING.

FONDAZIONE MEETING si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture utilizzando ogni forma di sistema di rilevazione dati e controllo operativo, nonché di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti in materia di riservatezza delle informazioni (legge sulla privacy, statuto dei lavoratori, ecc.).

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

- adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici;
- non inviare messaggi di posta elettronica minatori ed ingiuriosi, non ricorrere a linguaggio di basso livello, non esprimere commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- non navigare su siti internet con contenuti indecorosi ed offensivi.

### **3.4 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I VOLONTARI**

#### **3.4.1 VOLONTARI**

Volontario è ogni persona che contribuisce gratuitamente con la propria attività manuale o intellettuale alla realizzazione degli eventi culturali promossi da FONDAZIONE MEETING.

#### **3.4.2 COSTITUZIONE DEL RAPPORTO**

La richiesta di partecipazione al lavoro volontario viene pubblicata da FONDAZIONE MEETING sul proprio sito internet e chiunque ne condivide gli scopi e le finalità, senza alcuna discriminazione di alcun tipo, può presentare domanda di partecipazione.

Tutti i volontari che collaborano alla realizzazione degli eventi suddetti sono associati all'Associazione Freedom.

L'Associazione Freedom è una associazione di promozione sociale costituita per offrire ai volontari una più precisa collocazione formale. Con l'Associazione Freedom la FONDAZIONE MEETING ha stipulato un accordo di collaborazione. In questo modo viene garantita ai volontari la copertura assicurativa per infortuni e responsabilità civile, oltre a consentire una maggior chiarezza nel rapporto con gli enti preposti alla vigilanza sul lavoro (Ispettorato del Lavoro e INAIL).

Alla costituzione del rapporto di lavoro ogni volontario riceve accurate informazioni relative a:

- caratteristiche delle attività da svolgere;
- elementi normativi relativi al rapporto di collaborazione volontaria;
- norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- il presente Codice Etico.

Tali informazioni sono presentate al volontario in modo che l'accettazione dell'incarico sia basata su un'effettiva comprensione.

### **3.4.3 GESTIONE DEL RAPPORTO**

#### *3.4.3.1 VALUTAZIONE DEI VOLONTARI*

FONDAZIONE MEETING evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei volontari.

L'assegnazione di ruoli e incarichi è basata in considerazione di competenze e di capacità e in funzione delle attività da svolgere.

#### *3.4.3.2 DIFFUSIONE DELLE POLITICHE DEL RAPPORTO DI COLLABORAZIONE VOLONTARIA*

Le politiche di gestione del rapporto di collaborazione volontaria sono rese disponibili a tutti i volontari attraverso gli strumenti di comunicazione aziendale.

#### *3.4.3.3 RIFERIMENTI ORGANIZZATIVI PER L'ATTIVITA' DEI VOLONTARI*

Nello svolgimento dell'attività di collaborazione con FONDAZIONE MEETING i volontari operano alle dipendenze dei responsabili di funzione indicati da FONDAZIONE MEETING.

FONDAZIONE MEETING, allo scopo di favorire l'attività assegnate ai volontari nel rispetto delle normative applicabili vigenti e del proprio sistema di autoregolamentazione, rende disponibili a tutti i volontari strumenti informativi e formativi a tal fine necessari.

È prevista una formazione istituzionale erogata in determinati momenti del rapporto di collaborazione volontaria (ad esempio, in fase iniziale è prevista un'introduzione alla Fondazione e alle sue attività e una formazione ai fini del D. Lgs. 231/2001 ) e una formazione ricorrente rivolta ai volontari che offrono la propria collaborazione in occasione di più eventi.

#### *3.4.3.4 GESTIONE DEL TEMPO DI LAVORO DEI VOLONTARI*

L'impegno richiesto ai volontari, quanto ad orario di lavoro e tipo di attività, è analogo e non può eccedere quello normalmente richiesto ad un collaboratore professionale per quella stessa funzione.

Ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei volontari che operano alle sue dipendenze, richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro.

Costituisce abuso della posizione di autorità richiedere, come atto dovuto al superiore gerarchico, prestazioni, favori personali o qualunque comportamento che configuri una violazione del presente Codice Etico.

#### *3.4.3.5 COINVOLGIMENTO DEI VOLONTARI*

E' favorito il coinvolgimento dei volontari nello svolgimento delle attività loro affidate, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi da perseguire.

Il volontario deve partecipare a tali momenti con spirito di collaborazione ed indipendenza di giudizio.

L'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali; il volontario deve, comunque, sempre concorrere all'attuazione delle attività stabilite.

### **3.4.4 SICUREZZA E SALUTE**

FONDAZIONE MEETING si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i volontari e organizzando incontri propositivi di miglioramento.

Inoltre opera per preservare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei volontari, nonché l'interesse degli altri stakeholder.

In tal senso, realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa attraverso le azioni indicate nel corrispondente paragrafo dei Criteri di condotta nelle relazioni con i dipendenti e i collaboratori, nel presente Codice Etico.

### **3.4.5 INTEGRITA' E TUTELA DELLA PERSONA**

L'integrità morale dei volontari è tutelata garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Per questo motivo FONDAZIONE MEETING salvaguarda i volontari da atti di violenza psicologica, e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze (per esempio, nel caso di ingiurie, minacce, isolamento o eccessiva invadenza).

### **3.4.6 TUTELA DELLA PRIVACY**

La privacy del è tutelata adottando standard che specificano le informazioni che la Fondazione richiede al volontario e le relative modalità di trattamento e conservazione.

È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali, credenze politiche o religiose e, in generale, la vita privata dei volontari.

Tali standard prevedono inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun volontario, delle norme a protezione della privacy.

### **3.4.7 IMPEGNI DEI VOLONTARI**

#### *3.4.7.1 OBBLIGHI DI CONDOTTA*

Il volontario deve agire lealmente al fine di rispettare gli impegni sottoscritti al momento della costituzione del rapporto di collaborazione volontaria e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando il corretto svolgimento delle attività assegnate.

Il volontario deve operare attenendosi strettamente alle disposizioni ricevute dal proprio responsabile e nel rispetto delle normative vigenti e del sistema di autoregolamentazione della Fondazione.

#### *3.4.7.2 GESTIONE DELLE INFORMAZIONI*

Il volontario deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali - in relazione alle attività assegnate - in tema di sicurezza delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità.

In caso le attività da svolgere prevedano l'elaborazione di documenti è tenuto in tal ambito a utilizzare un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di responsabili o soggetti interno e/o esterni autorizzati a farne richiesta.

#### *3.4.7.3 CONFLITTO DI INTERESSI*

Qualora un volontario si trovi in una situazione che, anche potenzialmente, può costituire o determinare un conflitto di interessi è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa l'Organismo di Vigilanza di FONDAZIONE MEETING, che ne valuta caso per caso l'effettiva presenza.

#### *3.4.7.4 UTILIZZO DEI BENI AZIENDALI*

Ogni volontario è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego.

In particolare, ogni collaboratore deve:

- utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni a lui affidati;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse della Fondazione.

Ogni volontario è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente le unità aziendali preposte di eventuali minacce o eventi dannosi per FONDAZIONE MEETING.

FONDAZIONE MEETING si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture utilizzando ogni forma di sistema di rilevazione dati e controllo operativo,

nonché di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti in materia di riservatezza delle informazioni (legge sulla privacy, statuto dei lavoratori, ecc.).

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

- adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici;
- non inviare messaggi di posta elettronica minatori ed ingiuriosi, non ricorrere a linguaggio di basso livello, non esprimere commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- non navigare su siti internet con contenuti indecorosi ed offensivi.

### **3.5 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I DONATORI**

#### **3.5.1 DONATORI**

Donatore è la persona fisica o giuridica che liberamente decide di sostenere le attività della Fondazione attraverso donazioni di denaro o beni. Tali donatori possono rivestire un profilo anonimo o identificato.

#### **3.5.2 RAPPORTI CON I DONATORI**

La Fondazione impronta la propria condotta nei rapporti con i donatori a principi di massima correttezza e trasparenza.

In applicazione di tali principi:

- le donazioni sono acquisite nel rispetto delle normative vigenti;
- tutte le donazioni sono registrate e specificatamente documentate;
- è vietato dare, offrire o promettere denaro od altre utilità o favori;
- è fatto divieto di esercitare illecite pressioni;
- non è consentito formare e/o presentare dichiarazioni e/o documenti non veritieri al fine di conseguire erogazioni pubbliche, contributi o finanziamenti;
- i dati personali dei donatori, qual ora disponibili, sono trattati nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione e riservatezza dei dati personali;
- è fatto divieto di destinare somme ricevute a titolo di erogazioni, contributi o finanziamenti, a scopi diversi da quelli per i quali sono stati assegnati;
- sono fornite periodicamente informazioni alla comunità dei donatori relativamente all'attività della Fondazione e all'impiego delle risorse conferite, mediante specifici strumenti di comunicazione (quali, a titolo esemplificativo, newsletter, comunicazioni sul sito web, bilancio sociale, annual report).

I destinatari del presente Codice Etico sono tenuti, nello svolgimento delle attività di raccolta fondi, al rispetto dei principi etici e delle prescrizioni contenute nel Codice stesso, delle leggi e

dei regolamenti vigenti, allo scopo di consentire ad ogni donatore di operare la propria liberalità in modo pienamente consapevole e, nella misura del possibile, finalizzato.

Laddove il donatore non diriga specificatamente la sua liberalità questa va intesa come sostegno istituzionale della Fondazione.

### **3.6 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI**

#### **3.6.1 CLIENTI**

E' cliente chi fruisce – a titolo oneroso - di prodotti o di servizi della Fondazione a qualunque titolo.

#### **3.6.2 IMPARZIALITÀ**

FONDAZIONE MEETING si impegna a non discriminare arbitrariamente, nello svolgimento delle proprie attività, i propri clienti.

#### **3.6.3 I CONTRATTI E LE COMUNICAZIONI AI CLIENTI**

I contratti e le comunicazioni ai clienti di FONDAZIONE MEETING (compresi i messaggi pubblicitari) sono:

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

Scopi e destinatari delle comunicazioni determinano, di volta in volta, la scelta dei canali di contatto più idonei alla trasmissione dei contenuti senza avvalersi di eccessive pressioni e sollecitazioni, e impegnandosi a non utilizzare strumenti pubblicitari ingannevoli o non veritieri.

#### **3.6.4 STILE DI COMPORTAMENTO DEI COLLABORATORI**

Lo stile di comportamento di FONDAZIONE MEETING nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

Ciascun collaboratore, pertanto, dovrà:

- osservare le procedure interne per la gestione dei rapporti con i clienti;
- fornire, con efficienza e cortesia, nei limiti delle previsioni contrattuali, prodotti e servizi di livello tale che possano soddisfare le aspettative e necessità del cliente;
- fornire accurate ed esaurienti informazioni circa prodotti e servizi in modo che il cliente possa assumere decisioni consapevoli.



### **3.6.5 GESTIONE DELLA QUALITÀ**

FONDAZIONE MEETING s'impegna a garantire adeguati standard di qualità dei servizi offerti sulla base di livelli predefiniti e a monitorare periodicamente la qualità percepita e la qualità degli indicatori misurabili.

### **3.6.6 COINVOLGIMENTO DELLA CLIENTELA**

FONDAZIONE MEETING si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti e delle associazioni a loro tutela avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi.

E' cura di FONDAZIONE MEETING informare i clienti del ricevimento delle loro comunicazioni e dei tempi necessari per le risposte che, comunque, dovranno essere brevi.

## **3.7 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I BENEFICIARI**

### **3.7.1 BENEFICIARI**

E' beneficiario chi fruisce – a titolo gratuito - di prodotti o di servizi della FONDAZIONE MEETING a qualunque titolo. Pertanto per beneficiari si intendono:

- il pubblico che partecipa direttamente agli eventi culturali promossi da FONDAZIONE MEETING
- gli utenti della rete internet che accedono ai contenuti online messi gratuitamente a disposizione da FONDAZIONE MEETING sui canali Youtube, sul proprio sito internet e su ogni eventuale altro mezzo di comunicazione

### **3.7.2 RAPPORTI CON I BENEFICIARI**

La Fondazione orienta la propria condotta nei rapporti con i beneficiari all'obiettivo di facilitare il più possibile la fruizione dei prodotti culturali da essa realizzati.

#### **3.7.2.1 COMUNICAZIONI RIVOLTE AI BENEFICIARI**

Le comunicazioni ai beneficiari di FONDAZIONE MEETING (compresi i messaggi pubblicitari) sono:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del beneficiario.

Scopi e destinatari delle comunicazioni determinano, di volta in volta, la scelta dei canali di contatto più idonei alla trasmissione dei contenuti senza avvalersi di eccessive pressioni e sollecitazioni, e impegnandosi a non utilizzare strumenti pubblicitari ingannevoli o non veritieri.

### *3.7.2.2 STILE DI COMPORTAMENTO NEI RAPPORTI CON I BENEFICIARI*

Lo stile di comportamento di FONDAZIONE MEETING nei confronti dei beneficiari è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia.

Ciascun destinatario del presente Codice Etico, pertanto, dovrà:

- osservare le procedure interne per la gestione dei rapporti con i beneficiari;
- fornire, con efficienza e cortesia, nei limiti delle previsioni contrattuali, prodotti e servizi di livello tale che possano soddisfare le aspettative dei beneficiari;
- fornire accurate ed esaurienti informazioni circa prodotti e servizi in modo che il cliente possa assumere decisioni consapevoli.

### *3.7.2.3 INIZIATIVE A FAVORE DEI BENEFICIARI*

Per favorire la fruizione dei prodotti e servizi culturali proposti, la Fondazione si impegna a porre in atto iniziative per agevolare la partecipazione e/o la conoscenza dei contenuti da parte dei beneficiari

A titolo esemplificativo e non esaustivo, tali iniziative possono riguardare:

- Parcheggio e ingresso gratuito ai Padiglioni fieristici e/o ad altre sedi degli eventi garantiti ai beneficiari senza nessuna discriminazione.
- Rimozione barriere architettoniche e predisposizione di spazi e servizi riservati ai disabili
- Istituzione di un servizio di trasporto pubblico dedicato per il collegamento alla sede degli eventi
- Fruizione gratuita dei contenuti culturali attraverso la pubblicazione integrale dei testi e dei video dei convegni sul sito web.

### *3.7.2.4 COINVOLGIMENTO DEI BENEFICIARI*

FONDAZIONE MEETING si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei beneficiari avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi.

## **3.8 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I PARTNER**

### **3.8.1 PARTNER**

E' partner chi collabora con il proprio apporto materiale o intellettuale alla elaborazione e realizzazione dei contenuti culturali degli eventi promossi da FONDAZIONE MEETING .

Sono partner permanenti i soggetti definiti come tali dall'atto costitutivo della Fondazione. Sono partner temporanei tutti i soggetti coinvolti dalla Fondazione per la realizzazione di specifiche attività culturali e organizzative.

### **3.8.2 RAPPORTI CON I PARTNER**

La scelta dei partner è improntata ai seguenti criteri:

- possesso dei requisiti necessari;

- assenza di finalità di lucro per l'attività oggetto di partnership
- condivisione dei principi etici contenuti nel presente Codice Etico
- impegno al rispetto delle prescrizioni del presente Codice Etico
- disponibilità effettiva del partner ad offrire il proprio apporto in coerenza con l'impostazione dell'evento – oggetto di partnership - proposta dalla Fondazione.

Nei rapporti con i Partner, i destinatari sono tenuti a:

- operare affinché nella scelta del partner non intervengano criteri discriminatori o preferenze personali, ma solo valutazioni imparziali basate sull'effettivo possesso dei requisiti necessari all'espletamento dell'attività richiesta
- evitare l'insorgenza di conflitti di interesse
- evitare il verificarsi di interscambi di favori, regali o altre utilità
- evitare condizionamenti da terzi estranei alla Fondazione

### **3.9 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI**

#### **3.9.1 FORNITORI**

Sono fornitori coloro che forniscono beni, servizi, prestazioni e risorse necessari alla realizzazione delle attività e all'erogazione dei servizi.

#### **3.9.2 SCELTA DEL FORNITORE**

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

In particolare, i collaboratori Fondazione Meeting addetti a tali processi sono tenuti a:

- non precludere ad alcuno, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili;
- assicurare in fase di selezione del fornitore una concorrenza sufficiente considerando una rosa adeguata di candidati;
- ricercare nuovi possibili fornitori per ampliare la concorrenza e l'albo fornitori;
- valutare periodicamente sia i vecchi che i nuovi fornitori al fine di monitorare il livello qualitativo delle prestazioni e dei prodotti forniti;
- per forniture superiori ad Euro 50.000. (cinquantamila/00) andranno richiesti almeno tre preventivi.

In ogni caso, nell'ipotesi che il fornitore, nello svolgimento della propria attività per Fondazione Meeting, adotti comportamenti non in linea con i principi generali del presente

Codice, Fondazione Meeting è legittimata a prendere opportuni provvedimenti fino a precludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

### **3.9.3 INTEGRITÀ E INDIPENDENZA NEI RAPPORTI**

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando ove possibile forme di dipendenza.

Così, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- qualsiasi contratto la cui esecuzione è ripetuta e/o frazionata (es.: contratti di durata) il cui importo significativo deve essere costantemente monitorato;
- di norma, sono evitati i progetti vincolanti di lungo periodo utilizzando contratti a breve termine che comportino rinnovi con revisione dei prezzi, oppure contratti di consulenza senza un adeguato trasferimento di know-how, ecc.;
- non è ritenuto corretto indurre un fornitore a stipulare un contratto a lui sfavorevole lasciandogli intendere un successivo contratto più vantaggioso.

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto, FONDAZIONE MEETING predispone:

- la separazione dei ruoli tra l'unità richiedente la fornitura e l'unità stipulante il contratto;
- un'adeguata ricostruibilità delle scelte adottate e tracciabilità degli acquisti;
- la conservazione delle informazioni nonché dei documenti contrattuali per i periodi stabiliti dalle normative vigenti e richiamati nelle procedure interne di acquisto;
- analisi periodiche di eventuali scostamenti significativi dei trend di impiego dei fornitori principali.

Infine, per garantire trasparenza nei rapporti FONDAZIONE MEETING predispone un sistema di monitoraggio degli assetti proprietari dei propri fornitori.

### **3.9.4 CORRETTEZZA NELLA GESTIONE DEI CONTRATTI**

La gestione dei contratti con i fornitori è fondata sulla correttezza, evitando ogni possibile forma di abuso. FONDAZIONE MEETING informa in maniera corretta e tempestiva il fornitore riguardo alle caratteristiche dell'attività, alle forme e ai tempi di pagamento nel rispetto delle norme vigenti nonché delle aspettative della controparte, date le circostanze, le trattative ed il contenuto del contratto.

L'adempimento delle prestazioni contrattuali da parte del fornitore dovrà essere conforme ai principi di equità, correttezza, diligenza e buona fede e dovrà avvenire nel rispetto della normativa vigente.

### **3.9.5 TUTELA DEGLI ASPETTI ETICI NELLE FORNITURE**

Le violazioni dei principi generali del Codice Etico comportano meccanismi sanzionatori, tesi anche ad evitare la commissione di reati riconducibili alle attività di FONDAZIONE MEETING.

A tal fine, nei singoli contratti sono predisposte apposite clausole.

In particolare, nei contratti con i fornitori di paesi a "rischio", definiti tali da organizzazioni riconosciute, sono introdotte clausole contrattuali che prevedono:

- un'autocertificazione da parte del fornitore dell'adesione a specifici obblighi sociali (ad esempio, misure che garantiscono ai lavoratori il rispetto dei diritti fondamentali, i principi di parità di trattamento e di non discriminazione, la tutela del lavoro minorile);
- la possibilità di avvalersi di azioni di controllo presso le unità produttive o le sedi operative dell'impresa fornitrice, al fine di verificare il soddisfacimento di tali requisiti.

### **3.10 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITA'**

#### **3.10.1 COLLETTIVITA'**

Con il termine collettività si fa riferimento al sistema composto da territorio, comunità e istituzioni.

Per territorio si intende un determinato spazio fisico, con le sue esigenze naturali e storiche.

Comunità è l'insieme di persone che vivono e operano sul territorio.

Le istituzioni sono gli enti che rendono possibile il funzionamento della comunità e le altre forme di organizzazione sociale.

#### **3.10.2 POLITICA AMBIENTALE**

In materia di tutela ambientale, FONDAZIONE MEETING definisce le politiche ambientali e di sviluppo sostenibile, limitando l'impatto ambientale delle proprie attività.

La Fondazione promuove strumenti di politica ambientali quali:

- attività di sensibilizzazione e di formazione ambientale per i collaboratori, che mirano alla divulgazione interna delle iniziative e ad accrescere le competenze e le professionalità dei dipendenti;
- adozione di tecnologie eco-efficienti;
- programmi per l'uso razionale delle risorse energetiche e la minimizzazione delle emissioni;
- controllo dell'andamento delle azioni aziendali in termini di impatto ambientale.

#### **3.10.3 RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI PUBBLICHE**

##### *3.10.3.1 RAPPORTI CON LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI*

I rapporti con le istituzioni pubbliche, locali, nazionali ed internazionali, volti al presidio degli interessi complessivi di FONDAZIONE MEETING e collegati all'attuazione dei suoi programmi, sono riservati esclusivamente alle funzioni ed alle responsabilità a ciò delegate. Tali rapporti dovranno essere orientati a criteri di massima trasparenza e correttezza, rigore e coerenza, evitando atteggiamenti di natura collusiva.

La Fondazione si impegna a:

- non ottenere indebitamente contributi, sovvenzioni o finanziamenti concessi o erogati dalla Pubblica Amministrazione utilizzando o presentando documenti falsi o mendaci oppure omettendo le informazioni dovute;
- non utilizzare contributi, sovvenzioni o finanziamenti pubblici per finalità diverse da quelle per cui sono concessi;
- non procurare indebitamente con artifici o raggiri a danno della Pubblica Amministrazione qualsiasi altro tipo di profitto.

#### **3.10.3.2 RAPPORTI CON LE AUTORITÀ GIUDIZIARIE**

Per quanto riguarda i rapporti con le Autorità Giudiziarie, è vietato esercitare condizionamenti di qualsiasi natura sulla persona chiamata a rendere dichiarazioni davanti all'Autorità Giudiziaria al fine di indurla a non rendere dichiarazioni o a renderle mendaci.

E' fatto, poi, divieto di aiutare chi abbia realizzato un fatto penalmente rilevante al fine di eludere le investigazioni dell'autorità o di sottrarsi alle ricerche di questa.

#### **3.10.4 RAPPORTI ECONOMICI CON PARTITI, ORGANIZZAZIONI SINDACALI ED ASSOCIAZIONI**

FONDAZIONE MEETING non finanzia partiti sia in Italia che all'estero, loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica. Si astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici.

Qualora, per ragioni strettamente connesse alla presenza di FONDAZIONE MEETING sul territorio, si ravvisi l'opportunità di effettuare interventi di tale natura, la funzione competente deve richiedere autorizzazione preventiva all'Organismo di Vigilanza, che valuterà caso per caso. L'intervento richiesto potrà essere attuato solo ed esclusivamente dopo la specifica autorizzazione dell'Organismo di Vigilanza.

FONDAZIONE MEETING non eroga contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi; tuttavia è possibile cooperare, anche finanziariamente, con tali organizzazioni per specifici progetti qualora la finalità sia riconducibile alla missione di FONDAZIONE MEETING e la destinazione delle risorse sia chiara e documentabile. La valutazione sull'opportunità dell'iniziativa spetta all'Organismo di Vigilanza: l'intervento potrà essere attuato solo ed esclusivamente dopo la specifica autorizzazione dell'Organismo di Vigilanza.

#### **3.10.5 CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI**

FONDAZIONE MEETING può aderire alle richieste di contributi limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti e atti costitutivi, che siano di elevato valore culturale, sociale o benefico o, in ogni caso, che coinvolgano un significativo numero di cittadini.

Le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, sono destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità o per i quali FONDAZIONE MEETING può collaborare alla progettazione, in modo da garantirne originalità ed efficacia.

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

La gestione di contributi e sponsorizzazioni è disciplinata da apposita procedura.

### **3.10.6 RAPPORTI CON I MEDIA**

La Fondazione riconosce ai media un ruolo di primaria importanza nel processo di corretto trasferimento delle informazioni ed in ragione di ciò si impegna a gestire i rapporti con i media nel rispetto di quanto prescritto dal presente Codice e con particolare attenzione ai diritti e alla dignità della persona.

In particolare, in caso di contatti con media, la Fondazione si adopera:

- a rispondere tempestivamente a domande/richieste da parte dei rappresentanti dei media;
- a diffondere, oltre alla documentazione prevista dalle normative vigenti, le informazioni utili alla piena comprensione delle attività svolte e dei programmi futuri;
- a proteggere le informazioni ed i contenuti riservati. I contenuti dei contratti con partner, donatori, fondazioni, istituzioni e fornitori e altri interlocutori non vengono comunicati all'esterno se non nelle modalità concordate con i rispettivi.

Per garantire completezza e coerenza delle informazioni, i rapporti di FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI con i mass media possono essere tenuti esclusivamente con il coordinamento della funzione preposta o della direzione generale.

## **4 MODALITA' DI ATTUAZIONE**

### **4.1 RESPONSABILITA' PER L'ATTUAZIONE**

Tutte le attribuzioni in tema di diffusione e attuazione del presente Codice sono riservate al Consiglio di Amministrazione.

Ai fini della realizzazione delle attività necessarie ai fini dell'applicazione del presente Codice sono assegnate specifiche competenze all'Organismo di Vigilanza, come indicato nei successivi rispettivi paragrafi.

### **4.2 COMPITI DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA IN MATERIA DI ATTUAZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO**

In materia di Codice Etico competono all'Organismo di Vigilanza i seguenti compiti:

- promuovere la coerenza tra i principi del Codice Etico e le politiche aziendali, rapportandosi anche ai Responsabili di funzione interessati;
- rispondere a richieste di chiarimento sul Codice Etico;
- verificare l'applicazione e il rispetto del Codice Etico attraverso l'attività di ethical Internal Auditing che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito delle attività di FONDAZIONE MEETING attraverso un'analisi e una valutazione dei processi di controllo dei rischi etici;
- monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e della comprensione del Codice Etico; in particolare: garantire lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica; analizzare le proposte di revisione delle politiche e delle procedure aziendali con significativi impatti sull'etica aziendale, e predisporre le ipotesi di soluzione;
- ricevere e analizzare le segnalazioni di violazione del Codice Etico e curare la relativa istruttoria;
- prendere decisioni in materia di violazioni del Codice, individuando le sanzioni da applicare e comunicandole al Consiglio d'Amministrazione ai fini dell'irrogazione;
- esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice Etico;

l'Organismo valuta:

- i piani di comunicazione e formazione etica;
- la documentazione di programmazione delle attività e di successivo riscontro predisposte dai responsabili delle funzioni aziendali.

Tali attività sono effettuate con il supporto delle funzioni aziendali interessate e, inoltre, disponendo del libero accesso a tutta la documentazione ritenuta utile.



#### **4.3 MODALITA' DI ATTUAZIONE E CONTROLLO**

L'attuazione del Codice Etico, così come il controllo della sua effettiva applicazione, dipendono dall'impegno e dalla responsabilità di tutti, attraverso la piena consapevolezza dei contenuti del presente documento e dei valori che lo hanno ispirato. Si richiede, infatti, ai portatori di interesse di:

- prendere visione del Codice;
- comprendere i principi di comportamento in esso esplicitati;
- rivolgersi agli organi preposti alla diffusione, sensibilizzazione ed osservanza del Codice per ottenere consigli circa l'applicazione del Codice stesso;
- osservare il Codice e contribuire attivamente alla sua concreta applicazione, anche attraverso segnalazioni di eventuali comportamenti di dubbia conformità.

#### **4.4 COMUNICAZIONE**

Il Codice Etico è portato a conoscenza degli stakeholder interni ed esterni mediante apposite attività di comunicazione, sia al momento del rilascio iniziale del codice ed in occasione di tutte le sue successive revisioni.

A tutto il personale viene consegnata copia del presente Codice Etico.

Il Codice Etico viene pubblicato, inoltre, sia in una sezione apposita della intranet aziendale, sia sui siti web istituzionali delle aziende controllate o collegate, per renderlo accessibile a tutti i portatori di interesse.

La cultura e i principi del Codice Etico sono diffusi e promossi attraverso tutti gli strumenti di comunicazione interna ed esterna disponibili.

Il Codice Etico dovrà essere espressamente accettato da tutti i Destinatari che dovranno dichiarare di averlo ricevuto, letto e condiviso in ogni sua parte, impegnandosi, altresì, a tenere un comportamento in linea con il suddetto Codice e ad osservare tutte le disposizioni in esso contenute.

#### **4.5 FORMAZIONE**

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del Codice Etico a tutti i collaboratori di FONDAZIONE MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI, la funzione Personale predispone e realizza, un piano di formazione volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche a creare consapevolezza sui principi di comportamento per l'attività quotidiana e sulle procedure di attuazione e controllo. Le iniziative di formazione sono differenziate secondo il ruolo e la responsabilità dei Collaboratori; per i neoassunti è previsto un apposito programma formativo che illustra i contenuti del codice di cui è richiesta l'osservanza.

Analogamente a quanto avviene per la comunicazione, in occasione di revisioni significative del Codice Etico e del sistema normativo ad esso collegato viene ripetuto l'intervento formativo rivolto a tutti i collaboratori.

#### **4.6 SEGNALAZIONI DEGLI STAKEHOLDER**

FONDAZIONE MEETING provvede a stabilire per ogni stakeholder dei canali di comunicazione a cui poter rivolgere le proprie segnalazioni (ad esempio, unità responsabili del rapporto con le associazioni dei consumatori, ambientaliste, dei fornitori, del personale, call center per i clienti, ecc.).

In alternativa, tutti gli stakeholder di FONDAZIONE MEETING possono segnalare, per iscritto e in forma anche anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico<sup>1</sup> all'Organismo di Vigilanza della Fondazione.

L'Organismo di Vigilanza provvede ad un'analisi della segnalazione e decide l'apertura del procedimento di accertamento. La scelta di aprire o meno il procedimento di accertamento è sempre motivata in forma scritta dall'Organismo di Vigilanza.

In caso di procedimento di accertamento, l'Organismo di Vigilanza esegue l'istruttoria, ascoltandone eventualmente l'autore, il responsabile della presunta violazione, oltre a raccogliere ogni testimonianza utile.

L'Organismo di Vigilanza agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione (ad esempio, per i fornitori: interruzione dei rapporti di affari, per i dipendenti: mancata promozione, ecc.). È inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

#### **4.7 VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO**

L'Organismo di Vigilanza, a seguito di un'opportuna analisi delle presunte violazioni del Codice Etico - emerse in conseguenza delle segnalazioni degli stakeholder e agli esiti delle eventuali procedure di accertamento - giudica se il comportamento oggetto della segnalazione possa configurarsi o meno come violazione del Codice Etico.

In caso ravvisi la violazione, l'Organismo di Vigilanza comunica al Consiglio di Amministrazione di FONDAZIONE MEETING le violazioni e i provvedimenti conseguenti, secondo la normativa in vigore, il CCNL applicato e il sistema disciplinare adottato dalla Fondazione.

Le competenti funzioni aziendali, attivate dal Consiglio di Amministrazione, applicano i provvedimenti, ne curano l'attuazione e riferiscono l'esito all'Organismo di Vigilanza.

## **5 ALLEGATI**

Componenti dell'Organismo di Vigilanza

---

<sup>1</sup> Le segnalazioni possono essere inviate con la seguente modalità:

- a) e-mail all'indirizzo: [odv@meetingrimini.org](mailto:odv@meetingrimini.org) ;
- b) lettera all'indirizzo: FONDAZIONE - Organismo di Vigilanza – Via Flaminia 18 - 47923 Rimini

