



Codice Deontologico

ASSOTEMPORARY

CODICE DEONTOLOGICO

Titolo I – Disposizioni preliminari e principi generali

- Art. 1 - Finalità del Codice
- Art. 2 - Rispetto dei principi dell'ordinamento, delle norme del Codice e degli usi
- Art. 3 - Regole generali di condotta
- Art. 4 - Obbligo di lealtà verso gli altri soci
- Art. 5 - Aggiornamento delle norme del Codice e divulgazione
- Art. 6 - Clausola di adesione
- Art. 7 - Obbligo di riservatezza e corretto trattamento dei dati personali

Titolo II – Norme di comportamento

- Art. 8 - Rispetto dei requisiti di correttezza, lealtà, imparzialità e trasparenza
- Art. 9 - Rispetto di regole e canoni di correttezza, competenza, professionalità, cura e diligenza
- Art. 10 - Salvaguardia dell'ambiente
- Art. 11 - Formazione
- Art. 12 - Conciliazione

Titolo III – Obblighi relativi ai rapporti con i principali stakeholders nello svolgimento dell'attività

- Art. 13 - Equità delle clausole contrattuali
- Art. 14 - Canoni di esecuzione dei contratti

Sezioni I – Clienti

- Art. 15 - Obbligo di lealtà
- Art. 16 - Diffusione del Codice

Sezione II – Fornitori

- Art. 17 - Rapporti con i Fornitori

Sezione III – Dipendenti e collaboratori

- Art. 18 - Sicurezza sul lavoro
- Art. 19 - Coinvolgimento nelle politiche aziendali
- Art. 20 - Istruzioni ed ordini sul rispetto del codice
- Art. 21 - Formazione e selezione del personale

Sezione IV – I concorrenti

- Art. 22 - Divieto di pratiche di concorrenza sleale

Titolo IV – Disposizioni finali

- Art. 23 - Segnalazioni ad Assotemporary delle violazioni al Codice Deontologico
- Art. 24 - Rilevanza disciplinare delle violazioni al Codice Deontologico
- Art. 25 - Attività di controllo sull'applicazione del Codice Deontologico
- Art. 26 - Rendicontazione periodica
- Art. 27 - Attestato di riconoscimento
- Art. 28 - Pubblicità del Codice Deontologico

TITOLO I

Disposizioni preliminari e principi generali

Art. 1 – Finalità del Codice

Assotemporary è l'Associazione Italiana degli operatori economici che svolgono attività di servizi commerciali, caratterizzati dalla loro temporaneità.

Con il presente Codice Deontologico Assotemporary persegue le seguenti finalità:

- impegnare i propri associati all'osservanza di precise regole di comportamento
- sviluppare e consolidare la professionalità dei soci

Art. 2 – Rispetto dei principi dell'ordinamento, delle norme del Codice e degli usi

Nello svolgimento della propria attività i soci si attengono alle norme civili, penali e amministrative, nonché alle disposizioni del presente Codice e agli usi eventualmente esistenti per il settore.

Art. 3 – Regole generali di condotta

I soci osservano, nello svolgimento delle proprie attività, i principi di lealtà, probità, correttezza e trasparenza nei confronti di tutti i soggetti, pubblici e privati, con cui entrano in relazione, siano essi clienti, fornitori, colleghi, concorrenti, terzi, dipendenti e/o collaboratori. I soci devono, inoltre, svolgere la loro attività con competenza e professionalità.

Art. 4 – Obbligo di lealtà verso gli altri Soci

I soci si impegnano a comportarsi con lealtà nei confronti degli altri Soci. In particolare si impegnano a non intervenire, in modo subdolo e/o fraudolento, nelle trattative in corso tra un socio e le aziende clienti.

Art. 5 – Aggiornamento delle norme del Codice e divulgazione

Il Consiglio Direttivo di Assotemporary provvede all'aggiornamento delle disposizioni del presente Codice e alla successiva divulgazione delle modifiche eventualmente apportate

Art. 6 – Clausola di adesione

L'iscrizione ad Assotemporary comporta la piena accettazione del presente Codice.

Art. 7 – Obbligo di riservatezza e corretto trattamento dei dati personali

I soci svolgono la loro attività nel rispetto del D.Lgs 196 del 30/6/2003, di tutela delle persone e di altri soggetti in merito al trattamento dei dati personali, raccogliendo i dati e le informazioni in modo lecito e corretto.

TITOLO II

Norme generali di comportamento

Art. 8 – Rispetto dei requisiti di correttezza, lealtà, imparzialità e trasparenza

Nei rapporti contrattuali con i clienti, i soci operano con la massima chiarezza, veridicità e trasparenza. In particolare, sono sempre evidenziati con precisione al cliente:

- a) il tipo di servizio che viene prestato
- b) le modalità e i tempi della prestazione del servizio
- c) il corrispettivo del servizio prestato, le modalità e i termini di pagamento

Art. 9 – Rispetto di regole e canoni di correttezza, competenza, professionalità, cura e diligenza

I soci nella prestazione dei servizi, sono impegnati a:

- individuare con chiarezza le esigenze intrinseche ed estrinseche del cliente per adattarvi le capacità di cui essi dispongono, con requisiti tecnici ed impegni commerciali precisi
- assicurare la conformità del processo di esecuzione del servizio secondo quanto offerto in fase preliminare, garantendo al cliente il rispetto delle sue esigenze e verificando periodicamente la sua soddisfazione
- sviluppare un'azione continua di miglioramento dei processi interni
- ottimizzare il processo di qualificazione del personale interno, curando la sua formazione e cultura professionale
- qualificare opportunamente i fornitori e le risorse umane.

Art. 10 – Salvaguardia dell'ambiente

I soci considerano fondamentale l'impatto ambientale derivato dall'erogazione dei servizi, privilegiando al loro interno i comportamenti atti a prevenire gli effetti negativi. I soci stimolano tutte le attività che possono essere integrate al loro operato e all'operato di clienti, fornitori o personale atte a conseguire input positivi nei confronti dell'ambiente socioeconomico e territoriale con l'obiettivo di creare una comunità che si riconosca nei valori del rispetto dell'ambiente e della sostenibilità.

Nel caso in cui sia necessario e possibile, i soci intervengono in maniera attiva nel dotarsi di strumenti e sistemi atti a minimizzare l'impatto ambientale, a partire dalla semplice divisione dei materiali da evacuare fin alla definizione di un sistema integrato di gestione ambientale.

I soci mantengono rapporti con il mondo sociale ed economico, investendo le risorse a sostegno di progetti, iniziative, enti ed istituzioni volti a salvaguardare il patrimonio ambientale.

Art. 11 – Formazione

A garanzia di una sempre maggior competenza imprenditoriale degli operatori, l'associazione si impegna ad offrire ed organizzare iniziative di formazione ed aggiornamento professionale a favore dei propri associati.

Art. 12 – Conciliazione

Qualora sorgano liti o controversie tra i Soci e i terzi, i primi si impegnano a tentare di risolverle preliminarmente presso lo Sportello Conciliazione della Camera Arbitrale di Milano. Qualora, invece, le liti o le controversie nascano tra i soci stessi, questi ne rimettono la soluzione al Consiglio Direttivo e, occorrendo, al Collegio dei Proviviri.

TITOLO III

Obblighi relativi ai rapporti con i principali stakeholders nello svolgimento dell'attività

Art. 13 – Equità delle clausole contrattuali

I soci si impegnano ad adottare moduli contrattuali contenenti clausole eque e chiaramente comprensibili. I soci ottemperano al divieto di abuso di dipendenza economica, in particolare evitando di determinare un significativo squilibrio di diritti ed obblighi in proprio favore, anche qualora fosse nelle loro concrete possibilità.

Art. 14 – Canoni di esecuzione dei contratti

Nell'esecuzione dei contratti, i soci si attengono, sia con i fornitori, sia con i clienti, al principio della buona fede in senso oggettivo.

SEZIONE I – CLIENTI

Art. 15 – Obbligo di lealtà

I soci improntano tutta la propria attività intorno alla figura del cliente. Sono pertanto impegnati a recepire le esigenze dei clienti e, ove necessario, dei clienti dei clienti e a soddisfarle anche oltre la specifica richiesta.

Alla base della politica aziendale dei soci vi è, quale obiettivo primario, la soddisfazione delle esigenze del cliente, in quanto la perdita di un cliente a causa di una mancanza da parte del socio è considerato un grave evento negativo. I soci mettono quindi in atto sistemi per conoscere i propri clienti, capirne le esigenze e verificarne la soddisfazione.

Art. 16 – Diffusione del Codice

I soci rendono edotti i clienti dell'esistenza, dei contenuti e degli effetti del presente Codice. Assotemporary a sua volta si impegna ad assicurare la diffusione del presente Codice anche mediante la pubblicazione sul suo sito internet, la predisposizione di strumenti conoscitivi, esplicativi, di informazione e sensibilizzazione con riferimento ai contenuti del Codice nonché lo svolgimento di verifiche periodiche allo scopo di monitorare il grado di osservanza delle disposizioni contenute nel Codice.

SEZIONE II – I FORNITORI

Art. 17 – Rapporti con i Fornitori

I soci ritengono che il rapporto con i fornitori, pur avendo un rilevante interesse economico, non si debba basare solo sul concetto quantità/qualità/prezzo, ma anche su altri fattori quali: la costanza della qualità; l'evoluzione del fornitore; la disponibilità a compiere insieme progettazioni o sviluppi di servizi; l'attenzione degli stessi alla qualità; la capacità di implementare azioni correttive a fronte di non conformità dichiarate. I rapporti con i fornitori sono inoltre fondati su comportamenti di collaborazione, trasparenza e reciproca lealtà.

SEZIONE III – DIPENDENTI E COLLABORATORI

Art. 18 – Sicurezza sul lavoro

I soci sono impegnati ad osservare tutte le leggi in materia di lavoro, con particolare riguardo alla legislazione in materia di sicurezza e salute dei lavoratori, rispetto alla quale curano l'aggiornamento e la formazione continua.

Art. 19 – Coinvolgimento nelle politiche aziendali

I soci coinvolgono opportunamente tutto il personale sul perseguimento degli obiettivi dell'azienda, anche attraverso iniziative di formazione. Il personale deve sentire di far parte di una squadra ove i rapporti sono improntati sul rispetto e sulla stima reciproca. Tutto il personale è trattato eticamente e rispettato dalla Direzione, gestito secondo le leggi ed informato con trasparenza sull'andamento e sulle politiche aziendali.

Art. 20 – Istruzioni ed ordini sul rispetto del codice

I soci vigilano affinché l'operato di tutto il personale non sia in contrasto con i principi del presente Codice. Pertanto i soci richiedono il coinvolgimento, l'impegno e l'efficace interazione di tutto il personale, nella consapevolezza che, nel campo dei servizi, il comportamento e le prestazioni dei singoli individui influiscono direttamente sulla qualità del servizio percepita dal cliente. Il personale è formato al contatto con il cliente, compatibilmente con il proprio ruolo, e partecipa insieme alla Direzione nel cercare di avvicinare e fidelizzare il cliente all'azienda.

Art. 21 – Formazione e 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, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati. Le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psicoattitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. Il rapporto con il personale è stabilito con regolari contratti di lavoro, secondo le normative vigenti.

SEZIONE IV – I CONCORRENTI

Art. 22 – Divieto di pratica di concorrenza sleale

I soci si astengono tassativamente dal compiere atti di concorrenza sleale come definiti dall'art. 2598 c.c. I soci si astengono dal formulare giudizi sulla professionalità delle imprese concorrenti, ancorché richiesti dal cliente, anche potenziali. Nella prestazione al cliente dei propri servizi, i soci possono effettuare raffronti e comparazioni con quelli delle imprese concorrenti, purchè tassativamente in relazione ad elementi veridici, omogenei ed obiettivi. Qualora accettino un incarico congiuntamente ad altre imprese del settore, i soci collaborano lealmente e fattivamente con queste, al solo fine della massima soddisfazione delle esigenze del cliente.

I soci si astengono dal fornire ad altre imprese del settore, anche in caso di collaborazioni, informazioni e dati sui propri clienti. La libera concorrenza fra i soci deve svolgersi in forma corretta e basarsi esclusivamente su elementi reali quali la competenza professionale, l'esperienza, la natura e la consistenza dei servizi offerti.

TITOLO IV – Disposizioni finali

Art. 23 – Segnalazioni ad Assotemporary delle violazioni del Codice Deontologico

L'azienda, il fornitore o il collega di un socio, che ritenga che questi abbia violato una o più disposizioni del presente Codice, può darne notizia, senza vincoli di forma al Consiglio Direttivo Assotemporary, ai fini del procedimento disciplinare.

Art. 24 – Rilevanza delle violazioni al Codice Deontologico

Le infrazioni al presente Codice, salvo ogni diverso ed ulteriore profilo di responsabilità, costituiscono violazione statutaria.

Ciò comporta che, in conseguenza delle suddette infrazioni, il Consiglio Direttivo di Assotemporary potrà comminare la deplorazione scritta, la sospensione (che impedisce al socio di partecipare all'attività degli Organi Sociali), o l'espulsione.

Art. 25 – Attività di controllo sull'applicazione del Codice Deontologico

Assotemporary si impegna a svolgere una costante attività di controllo sui suoi iscritti volta a garantire la corretta applicazione delle norme del presente Codice. A tal fine, il Consiglio Direttivo di Assotemporary potrà valutare ed aggiornare i livelli di effettiva attuazione del Codice, adottando misure informative, eventualmente tramite sondaggi a campione effettuati tra i soci e i clienti.

Art. 26 – Rendicontazione periodica

Assotemporary si impegna, altresì, a comunicare annualmente alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato di Milano le segnalazioni pervenute al Consiglio Direttivo, i casi esaminati, il numero ed il tipo di sanzioni irrogate, le controversie risolte o ancora in corso.

Art. 27 – Attestato di riconoscimento

L'iscrizione ad Assotemporary e la conseguente accettazione, nonché l'ottemperanza al presente Codice daranno diritto ad ottenere un attestato di riconoscimento etico – imprenditoriale. La violazione grave delle disposizioni previste dal presente Codice darà luogo, oltre che alle sanzioni previste all'art. 24, al ritiro del suddetto attestato.

Art. 28 – Pubblicità del Codice Deontologico

Il presente Codice verrà divulgato, a livello nazionale, attraverso iniziative apposite e/o di carattere generale, con l'ausilio della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Milano e di altri partner di Assotemporary che si rendessero all'uopo disponibili.