



Mediacom
Customer Operations Process

Codice Etico **2020**



Indice

PREMESSA

I. FINALITÀ E DESTINATARI DEL CODICE ETICO

Articolo 1 - Finalità e contenuti del Codice Etico

Articolo 2 - Principi generali

Articolo 3 - Destinatari e diffusione del Codice Etico

Articolo 4 - Efficacia del Codice Etico

Articolo 5 - Valore contrattuale del Codice Etico

Articolo 6 - Adozione e aggiornamento del Codice Etico

II. PRINCIPI ETICI GENERALI

Articolo 7 - Sostenibilità

Articolo 8 - Trasparenza

Articolo 9 - Riservatezza

Articolo 10 - Correttezza

Articolo 11 - Concorrenza

Articolo 12 - Spirito di servizio e collaborazione tra le persone

Articolo 13 - Valorizzazione delle Risorse Umane

III. CRITERI DI CONDOTTA NEI RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

Articolo 14 - Rapporti con i Clienti e Committenti

14.1 Uguaglianza e imparzialità

14.2 Contratti e comunicazioni con i clienti

14.3 Qualità e customer satisfaction

14.4 Interazione con i clienti

14.5 Rapporti con i committenti

Articolo 15 - Management, dipendenti, collaboratori

15.1 Doveri del personale

15.2 Doveri dei dirigenti

15.2bis Doveri riguardo le applicazioni informatiche

15.3 Conoscenza e rispetto del Codice Etico

15.4 Tutela della persona e dei diritti del lavoratore



15.5 Selezione del personale e assunzione

15.6 Gestione del personale

15.6bis Contrasto allo sfruttamento

15.7 Valorizzazione e formazione del personale

15.8 Salute e sicurezza dei lavoratori

15.9 Gestione delle informazioni e tutela della privacy del personale

15.10 Conflitto d'interessi

15.11 Utilizzo delle risorse aziendali

Articolo 16 - Fornitori

16.1 Condotta della stazione appaltante e dei suoi dipendenti

16.2 Tutela degli aspetti etici nelle forniture

16.3 Esecuzione del contratto

16.4 Imprese concorrenti, appaltatrici e subappaltatrici

16.5 Divieto d'interposizione di manodopera

16.6 Accettazione del Codice Etico da parte del fornitore

16.7 Violazioni del Codice Etico da parte dei fornitori

Articolo 17 - Società e Enti

17.1 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

17.2 Rapporti con le Autorità di Vigilanza

17.3 Rapporti con organizzazioni politiche e sindacali

17.4 Rapporti con gli organi di informazione

Articolo 18 - Tutela dell'ambiente



Premessa

Mediacom S.r.l. (di seguito, “**Mediacom**” o la “**Società**”) è una azienda nata 1998 con l’obiettivo di soddisfare le necessità delle aziende di esternalizzare i processi che ne rallentano la creazione di valore. Attiva nel mercato BPO service con particolare focus alle iniziative di CRM, si occupa di:

- progettazione ed erogazione di servizi di contact center, ricerche di mercato e gestione crediti;
- progettazione, sviluppo, installazioni e manutenzioni software; supporto specialistico e gestione applicativa.

Da sempre sensibile ai principi della responsabilità sociale d’impresa, concepisce le proprie attività economiche nell’ambito dei principi dello sviluppo sostenibile, un’idea di sviluppo secondo la quale le esigenze di efficienza economica e di legittimo profitto devono essere coerenti con la tutela ambientale e lo sviluppo sociale.

Adottando la scelta della sostenibilità, Mediacom integra l’obiettivo di soddisfare i clienti con quello di attrarre l’attenzione alle esigenze della collettività e il rispetto dell’ambiente; valorizza le capacità professionali dei dipendenti e responsabilizza il management alla realizzazione degli obiettivi aziendali.

Per definire con chiarezza valori di riferimento e responsabilità, è stato predisposto il Codice Etico, la cui osservanza da parte dell’amministratore, del management e dei dipendenti e fornitori, nonché di tutti coloro che operano per il conseguimento degli obiettivi di Mediacom, ciascuno nell’ambito delle proprie funzioni e responsabilità, è di importanza fondamentale per l’efficienza, l’affidabilità e la reputazione della stessa.

Il Codice Etico rappresenta il testo fondamentale nel quale Mediacom enuncia i principi etici generali ai quali devono essere ricondotte tutte le pratiche aziendali, specifica le regole comportamentali cui è riconosciuto valore etico positivo, definisce i modi di attuazione e di controllo del Codice Etico stesso.

I principi declinati nel Codice Etico si prefiggono di accrescere l’efficienza dell’organizzazione, indirizzando i destinatari verso obiettivi positivi in grado di produrre utilità sia per i diretti interessati, sia per l’ambiente di riferimento nel suo complesso.

Rafforzano la coesione e la coerenza del sistema, attraverso miglioramento delle relazioni interne e l’attenzione alla buona reputazione.

L’adozione del Codice Etico rappresenta una dichiarazione pubblica dell’impegno di Mediacom a perseguire i massimi livelli di eticità nel conseguimento degli obiettivi aziendali e, più in generale, a condividere i valori di una cultura d’impresa per la quale diviene fondamentale il rispetto degli interessi legittimi e delle esigenze di tutti gli attori, individuali o collettivi, coinvolti nelle pratiche aziendali.

Mediacom si impegna a promuovere la conoscenza, a rispettare e a far rispettare i principi generali e le norme etiche indicate nel Codice Etico, poiché a tale rispetto, oltre che a



Fondamentali finalità morali corrisponde una maggiore tutela dello stesso interesse societario, anche sotto il profilo economico.

Mediacom vigila sull'osservanza del Codice Etico, per assicurare la trasparenza delle attività e dei comportamenti adottati, intervenendo con azioni di miglioramento continue.

Il Codice Etico non si sostituisce e non si sovrappone alle leggi e alle altre fonti normative vigenti, attualmente applicate ed operanti in Mediacom.

È invece un documento che si pone a un livello diverso da quello puramente giuridico e integra e rafforza i principi contenuti in tali fonti, con specifico riferimento al profilo etico dei comportamenti aziendali e alla reputazione dell'azienda stessa.



Capitolo 1

FINALITÀ E DESTINATARI DEL CODICE ETICO

Articolo 1 - Finalità e contenuti del Codice Etico

Il Codice Etico è uno strumento di autoregolazione, volontario unilaterale, volto a rendere trasparente l'attività aziendale e a indirizzarne eticamente lo svolgimento, anche al di là di quanto stabilito dalle norme vigenti e dai Contratti di Lavoro e dai codici di autoregolamentazione cui Mediacom aderisce.

Il Codice Etico ha lo scopo, tra l'altro, di individuare i principi e le specifiche regole di condotta che devono ispirare il comportamento di Mediacom nei confronti di tutti gli stakeholder, interni ed esterni, e che sono posti alla base delle relazioni tra gli stessi.

Il Codice Etico disciplina, attraverso l'introduzione di un complesso di regole comportamentali, la condotta dell'amministratore, responsabili di Area/Divisione, dipendenti, fornitori, partner, clienti e di tutti coloro che operano per il conseguimento di obiettivi aziendali, a qualsiasi titolo, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, in Italia. L'osservanza del Codice Etico costituisce condizione imprescindibile per il conseguimento della missione aziendale di Mediacom.

Il codice individua e definisce in generale anche gli standard di comportamento, cui Mediacom nel suo complesso deve attenersi, quali:

- Legalità;
- L'equità e l'eguaglianza;
- L'integrità e la correttezza professionale;
- La trasparenza e la diligenza;
- L'imparzialità;
- La leale concorrenza;
- La prevenzione dei conflitti di interesse;
- La riservatezza;
- La tutela della persona;
- La protezione della salute e la salubrità dei luoghi di lavoro;
- La tutela ambientale;
- L'innovazione e la ricerca;

Articolo 2 - Principi generali

L'integrità etica e la correttezza nei rapporti tra le persone costituiscono valori irrinunciabili e, in particolare, i principi di equità e sostenibilità costituiscono il fondamento etico delle relazioni che Mediacom intende instaurare con tutti i suoi stakeholder. A tal fine, con il presente Codice Etico, Mediacom si impegna a vincolare il proprio sistema di governo aziendale a questi valori, allineandosi agli standard internazionali in tema di responsabilità d'impresa e sostenibilità.



Tutti i comportamenti posti in essere dalle persone nello svolgimento dell'attività lavorativa sono ispirati alla massima correttezza, alla completezza e trasparenza delle informazioni, alla legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale e alla chiarezza e veridicità dei documenti contabili, secondo le norme di legge e le procedure interne.

Le attività devono essere svolte con impegno e professionalità, nel rispetto degli obiettivi d'impresa e con lo scopo di creare valore e benessere per tutti gli stakeholder, tutelando il prestigio e la reputazione di Mediacom.

La convinzione di agire a vantaggio o nell'interesse di Mediacom non può in alcun modo giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con i principi e i contenuti del presente Codice Etico.

Articolo 3 - Destinatari e diffusione del Codice Etico

Le disposizioni del Codice Etico sono rivolte a tutte le persone che operano per il conseguimento degli obiettivi della Mediacom, ciascuno nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. Mediacom si impegna a promuovere la conoscenza del Codice Etico da parte delle persone che operano nella società e degli altri stakeholder, affinché i principi e i comportamenti prescritti costituiscano pilastri di una cultura d'impresa ispirata allo sviluppo sostenibile e orientino quotidianamente la condotta aziendale.

Pertanto, alla luce delle sopramenzionate regole, devono essere considerati destinatari del Codice Etico: gli agenti, i rappresentanti, gli altri collaboratori parasubordinati (che non risultino strutturalmente inseriti nell'organizzazione aziendale e prestino attività fuori dai luoghi di lavoro di Mediacom), i distributori, i fornitori, i lavoratori autonomi, nonché, più in generale, ogni controparte contrattuale di Mediacom.

La Società si aspetta che i relativi canoni di comportamento siano da costoro condivisi e scrupolosamente osservati, a prescindere dal tassativo assoggettamento ad un regime di direzione e vigilanza e, quindi, di responsabilità derivata o indiretta.

Articolo 4 - Efficacia del Codice Etico

I principi contenuti nel Codice Etico integrano, sotto il profilo etico, la condotta rilevante ai fini del compiuto e corretto assolvimento degli obblighi di fedeltà diligenza e buona fede attesi da dirigenti, dipendenti e da ciascun soggetto che sia coinvolto a qualunque titolo nelle attività di Mediacom.

L'inosservanza delle norme contenute nel presente Codice Etico sarà proporzionalmente sanzionata ricorrendo in sede disciplinare e, ove necessario, in sede legale, civile o penale.

I terzi coinvolti nelle attività di Mediacom sono portati a conoscenza degli impegni imposti dal Codice e, in caso di inadempienza, si adotteranno opportune iniziative interne e, se ammissibili e di competenza della azienda, anche esterne.



Articolo 5 - Valore contrattuale del Codice Etico

L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di tutti coloro che operano nell'interesse della società, ai sensi e per gli effetti della legge applicabile.

La violazione dei contenuti del Codice Etico potrà costituire inadempimento alle obbligazioni del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, con ogni conseguenza di legge, anche riguardo alla conservazione del rapporto di lavoro e al risarcimento dei danni eventualmente provocati.

Pertanto il Codice Etico sarà considerato come parte integrante del rapporto giuridico e/o del contratto stipulato dalla Società con i suddetti destinatari ed anche nei confronti dei fornitori largamente intesi, che potrà essere quindi risolto nei limiti di quanto consentite dalla natura e dalla disciplina del rapporto, ove la Società venga a conoscenza di comportamenti, da parte dei destinatari, assunti in violazione dei principi e canoni di comportamento di cui al presente Codice Etico.

Articolo 6 – Adozione e aggiornamento del Codice

Il Codice Etico è adottato da Mediacom mediante delibera della direzione generale.

Il contenuto del Codice Etico potrà essere modificato e integrato sulla scorta dei suggerimenti, delle indicazioni e delle proposte pervenute alla società Mediacom.



Capitolo 2

PRINCIPI ETICI GENERALI

Articolo 7 – Sostenibilità

Mediacom intende svolgere le proprie attività rispettando i principi dello sviluppo sostenibile.

Con questa espressione, secondo quanto stabilito dalla World Commission for Environment and Development nel 1987, s'intende «uno sviluppo che soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri». L'obiettivo è quello di perseguire un concetto di sviluppo complessivamente inteso, che integri sviluppo economico, sociale e tutela ambientale. In altri termini, il perseguimento dell'efficienza economica non deve essere considerato in antitesi con lo sviluppo sociale e la tutela dell'ambiente.

Pertanto, Mediacom opera per integrare progressivamente la cura degli aspetti sociali e ambientali delle attività con le strategie aziendali, comunicando in modo trasparente i valori di riferimento che devono guidare i comportamenti, le politiche attuate e i risultati conseguiti.

Il Bilancio di Sostenibilità, che Mediacom si impegna a diffondere annualmente, è lo strumento necessario affinché i diversi stakeholder abbiano l'opportunità di verificare i comportamenti aziendali e di valutare la coerenza tra obiettivi e risultati.

Articolo 8 – Trasparenza

Il principio di trasparenza si fonda sulla veridicità, chiarezza e completezza delle informazioni fornite dall'azienda in merito alle attività e ai servizi offerti. L'osservanza di tale principio implica l'impegno a fornire informazioni adeguate in modo chiaro e completo. L'azienda, sia nelle comunicazioni rivolte al suo interno che nelle comunicazioni rivolte all'esterno, adotta forme verbali o scritte di facile e immediata comprensione.

Nelle informazioni rese ai clienti, nella formulazione dei contratti e nelle campagne pubblicitarie, l'azienda comunica in modo chiaro e comprensibile, evitando che le asimmetrie informative producano il conseguimento di vantaggi illegittimi.

Articolo 9 – Riservatezza

La Società assicura la riservatezza delle informazioni e dei dati personali oggetto di trattamento e la protezione delle informazioni acquisite in relazione all'attività lavorativa prestata.

Non userà le informazioni ottenute per vantaggio personale o secondo modalità contrarie alla legge o che siano di nocimento agli obiettivi della Società.

Fermi restando la trasparenza delle attività poste in essere e gli obblighi d'informazione imposte dalle disposizioni vigenti, è obbligo di tutti coloro che collaborano con Mediacom di assicurare la



riservatezza richiesta dalle circostanze per ciascuna notizia appresa in ragione della propria funzione lavorativa.

Le informazioni, conoscenze e dati acquisiti o elaborati durante la propria attività lavorativa appartengono a Mediacom e non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate senza specifica autorizzazione dalla direzione, nel rispetto delle procedure specifiche. In particolare, è fatto divieto di consultare dati riservati a scopi non professionali.

I rapporti con i mezzi di informazione sono riservati esclusivamente alle funzioni e alle responsabilità aziendali a ciò delegate; tutti i dipendenti, collaboratori e consulenti di Mediacom, sono tenuti a concordare preventivamente con la direzione, dati e notizie da fornire ai rappresentanti dei mezzi di informazione, nonché l'impegno a fornirli.

Sono considerate a titolo esemplificativo, informazioni riservate: i piani aziendali, strategici, economici/finanziari, contabili, gestionali, operativi; i progetti e gli investimenti; i dati relativi al personale, ai clienti, ai fornitori, agli utenti e, in generale, tutti i dati definiti personali dal D. Lgs. n. 196/03 e dall'articolo 4 Regolamento Europeo (UE) n. 679/2016; gli accordi societari, gli accordi ed i contratti commerciali, i documenti aziendali.

Articolo 10 – Correttezza

Il principio di correttezza implica il rispetto da parte di tutti, nell'espletamento della propria attività lavorativa e professionale, dei diritti di ciascun soggetto coinvolto, al di là della mera osservanza di norme vigenti e contratti di lavoro, e l'adozione di condotte ispirate al valore dell'onestà, in modo che i vantaggi dei singoli individui e dell'impresa siano leciti e condivisi.

Tale rispetto è da intendersi anche sotto il profilo delle pari opportunità e del rifiuto di qualsiasi forma di discriminazione arbitraria nei confronti delle persone o di soggetti collettivi; della tutela della privacy e del decoro; dell'adozione di comportamenti tesi a evitare conflitti di interessi, intendendosi per tali tutte le situazioni in cui il perseguimento del proprio interesse sia in contrasto con gli interessi e la missione di Mediacom.

Mediacom vigila affinché tutti i soggetti operanti al suo interno si uniformino ai principi di correttezza e di lealtà nell'espletamento delle proprie funzioni, interne ed esterne, anche ai fini del mantenimento dell'immagine della Società e del rapporto di fiducia instaurato con gli stakeholder.

Articolo 11 – Concorrenza

Mediacom accetta i valori del libero mercato e della concorrenza leale quali strumenti per il conseguimento di legittimo profitto. Essa opera sul mercato secondo principi di correttezza, leale competizione, trasparenza e veridicità nei confronti di tutti gli operatori. In particolare, si astiene da pratiche collusive che possano turbare il corretto funzionamento dei meccanismi di mercato.



Articolo 12 – Collaborazione tra le persone

Il principio della “Collaborazione tra le persone” implica la fondamentale condivisione dei valori e dei fini comuni espressi dalla mission aziendale, alla cui definizione ciascuno partecipa secondo le proprie responsabilità.

I comportamenti tra le persone coinvolte nell’attività aziendale, a tutti i livelli e gradi di responsabilità, devono essere costantemente ispirati a lealtà, fiducia e collaborazione, in modo da agevolare la migliore prestazione possibile nel rispetto reciproco.

Articolo 13 – Valorizzazione delle Risorse Umane

Le persone costituiscono un fattore fondamentale per lo sviluppo e la crescita delle attività aziendali. La valorizzazione del management e dei dipendenti rappresenta un elemento che favorisce la competitività del singolo e dell’azienda stessa.

Mediacom, nel rispetto dell’integrità etica e fisica individuale, promuove e tutela la crescita professionale delle persone con lo scopo di accrescere la competenza professionale e le capacità lavorative di ciascuno.

Capitolo 3

CRITERI DI CONDOTTA NEI RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

Articolo 14 – Rapporti con i Clienti e Committenti

14.1 Uguaglianza e imparzialità

Mediacom si impegna a creare e sviluppare rapporti di fiducia e di reciproca e duratura soddisfazione con i clienti attuali e potenziali, nel rispetto degli obblighi definiti dalla normativa vigente, dai contratti e dagli standard di qualità prefissati, adottando comportamenti non discriminatori.

L’obiettivo è essere al servizio dei clienti per rispondere ai loro bisogni e preferenze, con comportamenti sempre corretti e trasparenti, con professionalità, cortesia e credibilità.

14.2 Contratti e comunicazioni con i clienti

I dati personali sui clienti sono trattati con riservatezza e nel rispetto della normativa in materia di tutela della privacy e dei dati personali.

I contratti e le comunicazioni con i clienti devono essere:



- 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;
- disponibili sui siti internet aziendali.

È cura di Mediacom comunicare in maniera tempestiva ogni informazione rilevante per la gestione e il continuo miglioramento del rapporto con la clientela.

14.3 Qualità e Customer Satisfaction

Mediacom si impegna a garantire il raggiungimento degli standard di qualità e sicurezza previsti e a monitorare periodicamente la qualità erogata dei servizi prestati, in un'ottica di miglioramento continuo. Allo scopo di garantire un ascolto sistematico della clientela, adotta strumenti di monitoraggio e valutazione della soddisfazione dei clienti, eseguendo periodiche indagini di *customer satisfaction*.

Le variazioni della qualità dei servizi percepita dai clienti e la coerenza tra tali percezioni e i livelli di qualità erogata sono considerati ai fini della progettazione di azioni di miglioramento.

14.4 Interazione con i clienti

Mediacom si impegna a dare sempre riscontro in modo chiaro, preciso e circostanziato alle osservazioni, alle richieste e ai reclami da parte dei clienti e delle associazioni a loro tutela. Nel fare ciò l'azienda ottempera agli standard previsti dalle autorità di settore, dagli obblighi contrattuali, dalle carte di servizio e da altri impegni eventualmente sottoscritti, tenendo in debito conto ulteriori esigenze di tutela dei clienti in particolari condizioni di disagio.

Si impegna a garantire che il cliente possa avvalersi di canali di contatto adeguati e diversificati, e ad assicurare un attento presidio degli stessi, in modo da agevolare l'interazione efficace tra cliente e azienda. Ha, inoltre, cura di sviluppare rapporti sistematici con le rappresentanze qualificate dei consumatori, al fine di agevolare il dialogo e il confronto su processi e iniziative aziendali con impatto significativo sui clienti, valorizzando, per quanto attuabile e coerente con la gestione aziendale, contributi e proposte.

14.5 Rapporti con i committenti

Mediacom valuta attentamente la congruità e la fattibilità delle prestazioni richieste, con particolare riguardo alle condizioni normative, tecniche ed economiche, in modo da rilevare tempestivamente le anomalie e in nessun caso assumendo impegni contrattuali che possano mettere la società nelle condizioni di dover ricorrere a incongrui risparmi sulla qualità della prestazione, sui costi del personale o sulla sicurezza del lavoro.



Nei rapporti con la committenza, assicura correttezza e chiarezza nelle trattative commerciali e nell'assunzione dei vincoli contrattuali, nonché il fedele e diligente adempimento degli stessi.

Articolo 15 – Management, dipendenti, collaboratori

15.1 Doveri del personale

Ogni dipendente è tenuto ad operare con la diligenza del buon padre di famiglia per tutelare le risorse aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo.

Chiunque stabilisca un rapporto lavorativo di qualsiasi tipo con Mediacom è tenuto a svolgere le proprie mansioni con spirito di collaborazione e lealtà. Ciascuno, accettando il principio dell'autorità della Società e di chi la esercita su mandato aziendale, si impegna a svolgere i propri compiti con scrupolo e diligenza, evitando di creare conflitti tra gli interessi personali e quelli di Mediacom.

Il comportamento di ciascuno nei confronti dei propri colleghi, superiori o subordinati deve essere sempre improntato alla correttezza e al rispetto reciproco. In particolare, nel caso di relazioni con persone e istituzioni esterne, bisogna mostrare particolare cura nell'assumere un comportamento integro al fine di garantire la buona immagine e reputazione della Società.

Non è mai consentito accettare o promettere pagamenti, regali e benefici da parte di chiunque (clienti, appaltatori, sub-appaltatori, fornitori, qualsiasi contraente della Società) quando ciò potrebbe motivare un trattamento di favore in contrasto con l'interesse e la reputazione di Mediacom, salvo quelli d'uso di modico valore effettuati occasionalmente nell'ambito delle normali relazioni di cortesia, e da non poter essere interpretati, da un osservatore imparziale, come finalizzati ad acquisire vantaggi in modo improprio. In ogni caso questo tipo di spese deve essere sempre documentato in modo adeguato.

In ogni caso è sempre proibita l'accettazione di denaro da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con Mediacom. Chiunque riceva proposte di omaggi o trattamenti di favore o di ospitalità non configurabili come atti di cortesia commerciale di modico valore, o la richiesta di essi da parte di terzi, dovrà respingerli e informare immediatamente il superiore, o l'organo del quale è parte della società Mediacom.

I destinatari del Codice Etico devono adoperarsi per mantenere un ambiente di lavoro decoroso, dove la dignità sia rispettata.

In particolare:

- non devono prestare servizio sotto l'effetto di sostanze alcoliche o stupefacenti;
- devono evitare comportamenti che possono creare un clima intimidatorio o offensivo nei confronti di colleghi o sottoposti;
- devono instaurare e promuovere un clima rispettoso e cordiale nei confronti di colleghi e sottoposti;



- devono rispettare il divieto di fumo nei locali aziendali stabilito ai sensi dell'articolo 51 della Legge 16 gennaio 2003 n. 3, conformemente alla cartellonistica predisposta dalla Società.

15.2 Doveri dei Responsabili Area/Divisione

È compito di ciascun Responsabile di Unità/Funzione aziendale, rappresentare con il proprio comportamento un esempio per i propri dipendenti e collaboratori.

In particolare, i Responsabili, oltre che all'osservanza del Codice Etico, sono tenuti a vigilare sull'osservanza della normativa e del Codice Etico da parte dei dipendenti, adottando a tal fine i provvedimenti e i controlli necessari. I controlli sono effettuati nel rispetto delle norme di legge e aziendali e adeguati alla tipologia di attività da verificare.

Il Responsabile collabora attivamente a ogni controllo effettuato dalle autorità amministrative o giudiziarie.

15.2bis Doveri riguardo le applicazioni informatiche

Ogni dipendente è tenuto ad osservare, scrupolosamente, quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali per la protezione ed il controllo dei sistemi informatici. In particolare, è tenuto a:

- adottare le procedure previste dalle politiche di sicurezza aziendale, al fine di non compromettere la funzionalità ed il livello di protezione dei sistemi informatici;
- a non utilizzare propri programmi informatici per lo svolgimento dei compiti aziendali, tranne quelli creati in azienda nello svolgimento del proprio lavoro per assolvere a particolari esigenze aziendali, nel qual caso il funzionamento del programma deve essere portato a conoscenza di altri dipendenti per consentire comunque l'espletamento del lavoro in caso di passaggio ad altre mansioni o di assenza;
- a non navigare sui siti web se non strettamente collegati all'attività professionale aziendale;
- ad astenersi dal duplicare abusivamente i programmi installati nell'azienda.

15.3 Conoscenza e rispetto del Codice Etico

A ciascun dipendente e collaboratore è chiesta la conoscenza del Codice Etico e delle norme di riferimento che regolano l'attività, nell'ambito della sua funzione.

I dipendenti e i collaboratori di Mediacom hanno l'obbligo di astenersi dai comportamenti contrari a tali norme, di rivolgersi ai propri Responsabili in caso di necessità di chiarimenti sulle modalità di applicazione delle stesse.

Le segnalazioni riguardanti possibili violazioni al Codice Etico, o qualunque richiesta di agire in violazione delle norme di legge o aziendali, devono essere inoltrate anche a mezzo segnalazioni



anonime a mezzo casella di posta elettronica certificata della Società; vi è obbligo da parte di chi riceve tali notizie di mantenere la riservatezza circa l'identità del denunciante.

15.4 Tutela della persona e dei diritti del lavoratore

Mediacom tutela l'integrità morale e fisica del personale garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Tutela i lavoratori da atti di violenza psicologica e da ogni comportamento vessatorio, contrastando qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze, compresi atteggiamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

Nelle relazioni di lavoro sono vietate molestie sessuali o atteggiamenti riconducibili a pratiche di *mobbing*.

Per molestia sessuale si intende ogni atto o comportamento, anche verbale, a connotazione sessuale o comunque basato sul sesso, che sia indesiderato e che, di per se, ovvero per la sua insistenza, sia percepibile come arrecante offesa alla dignità e libertà della persona che lo subisce, o sia suscettibile di creare un clima di intimidazione nei suoi confronti.

Per *mobbing* si intendono tutti quei comportamenti discriminatori e vessatori posti in essere sistematicamente nei confronti di lavoratori da responsabili o colleghi.

Si intende, pertanto, recepito nel presente Codice Etico il vigente "Regolamento per la tutela della dignità delle donne e degli uomini all'interno della Società".

Mediacom promuove e tutela la libertà di associazione dei lavoratori.

15.5 Selezione del personale e assunzione

La selezione del personale è effettuata in accordo alle reali esigenze aziendali e sulla base di requisiti di professionalità specifica rispetto all'incarico o alle mansioni, con le modalità previste dalle procedure interne, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati.

La funzione aziendale delegata alla selezione del personale, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta ogni opportuna misura per evitare favoritismi, nepotismi, forme di clientelismo. Allo scopo di garantire trasparenza e parità di trattamento nella selezione del personale, nonché di evitare indebite pressioni, la predetta funzione verifica la sussistenza di potenziali situazioni in grado di esporre la Mediacom all'influenza del candidato o dell'azienda di provenienza e da cui la Società stessa o i suoi soggetti apicali potrebbero attendersi apparenti vantaggi.

Il personale addetto alle selezioni è tenuto a dichiarare la presenza, tra i candidati, di propri parenti o consanguinei e astenersi dall'attività. Nel contempo, all'avvio della fase di selezione, i candidati devono comunicare potenziali situazioni di conflitto di interesse con Mediacom in cui possono essere coinvolti.



Alla costituzione del rapporto di lavoro ciascun dipendente riceve accurate informazioni inerenti le caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere; gli elementi normativi e retributivi, come regolati dal Contratto collettivo nazionale di lavoro applicato e dai contratti aziendali; le norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa. Viene reso edotto, con apposito modello, dell'esistenza del Codice Etico con relativa sottoscrizione per accettazione.

15.6 Gestione del personale

Mediacom evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti del personale, sia essa riferita al genere, all'orientamento sessuale, alla nazionalità, allo stato di salute, alla diversa abilità, alla nazionalità, alle credenze religiose e alle opinioni politiche.

Nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, la Società valorizza le competenze, l'impegno e la potenzialità, adoperando criteri di valutazione oggettivi e documentati.

Dedica particolare attenzione alla sfera privata dei dipendenti, individuando le modalità per prestare attenzione alle loro necessità nelle situazioni di difficoltà che ostacolano il normale svolgimento dell'attività lavorativa. Compatibilmente con l'efficienza complessiva del lavoro, sono favorite quelle flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolano la gestione dello stato di maternità, la cura dei figli e, in generale, le cure parentali.

Nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della privacy, le funzioni preposte operano per impedire forme di nepotismo (per esempio, escludendo rapporti di dipendenza gerarchica tra parenti, affini o conviventi).

15.6bis Contrasto allo sfruttamento

Mediacom non impiega alcuna forma di lavoro forzato e non impiega persone di età inferiore a quella stabilita per l'avviamento al lavoro dalle normative del luogo in cui la prestazione lavorativa è eseguita. La Società si impegna inoltre a non instaurare o mantenere rapporti d'affari con fornitori che risultino impiegare lavoro minorile come sopra definitivo.

Mediacom non impiega lavoratori stranieri che si trovino irregolarmente sul territorio italiano. In particolare, la Società non impiega lavoratori privi del permesso di soggiorno, ovvero in possesso di permesso di soggiorno scaduto, revocato o annullato.

15.7 Valorizzazione e formazione del personale

Mediacom garantisce un ambiente di lavoro in cui ciascuno possa collaborare esprimendo la propria attitudine professionale. I responsabili utilizzano e valorizzano pienamente tutte le professionalità presenti nella struttura mediante l'attivazione delle leve disponibili per favorire lo sviluppo e la crescita professionale dei propri collaboratori.



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.

Mediacom elabora un piano annuale di formazione, coniugando esigenze di crescita aziendale con il fabbisogno formativo espresso dai lavoratori e mettendo a disposizione gli adeguati strumenti di aggiornamento e sviluppo professionale. Il percorso formativo di ciascun dipendente è presente sul sistema informativo del personale, al fine di rilevare il grado di fruizione della formazione e per disegnare i successivi percorsi formativi.

15.8 Salute e sicurezza dei lavoratori

Mediacom si impegna a diffondere e consolidare una cultura della salute e sicurezza sul lavoro sviluppando la consapevolezza dei lavoratori circa i rischi correlati alle attività svolte e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i dipendenti e collaboratori.

L'azienda adotta adeguati sistemi di gestione della salute e della sicurezza del personale, operando soprattutto con azioni preventive nonché con attività di analisi, monitoraggio e controllo, in una prospettiva di miglioramento continuo.

Obiettivo di Mediacom è proteggere le risorse umane, ricercando le sinergie necessarie non solo all'interno della Società, ma anche con i fornitori, le imprese e gli altri attori coinvolti nelle attività aziendali.

15.9 Gestione delle informazioni e tutela della privacy del personale

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

Mediacom tutela altresì la privacy di ciascun dipendente, in conformità a quanto previsto dalla legge, e adotta standard che prevedono il divieto, fatte salve le eccezioni previste dalla legge, di comunicare e diffondere i dati personali senza il preventivo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo delle norme a protezione della privacy.

È esclusa qualsiasi forma d'indagine sulle idee e, in generale, sulla vita privata di ciascuno.

15.10 Conflitto d'interessi

Il *management* e i dipendenti sono tenuti a evitare e a segnalare situazioni in cui si possano manifestare conflitti d'interesse e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

In particolare, il soggetto interessato deve segnalare al proprio responsabile, situazioni o attività che lo interessano personalmente o, se a lui note, che riguardano propri parenti o affini entro il



secondo grado o conviventi di fatto e che siano riferibili a interessi economici o finanziari (proprietario o socio) nell'ambito di fornitori, clienti, concorrenti, terzi contraenti di Mediacom.

Il responsabile individua le soluzioni operative idonee a salvaguardare la trasparenza e la correttezza del comportamento nello svolgimento delle attività aziendali e fornisce le necessarie istruzioni al segnalante.

Possono determinare conflitto d'interesse le seguenti situazioni, citate a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con Mediacom;
- utilizzare la propria posizione in azienda o le informazioni o le opportunità di affari acquisite nell'esercizio del proprio incarico, a vantaggio proprio o di terzi;
- curare i rapporti con i fornitori e con i committenti e svolgere attività lavorative anche da parte di parenti e affini, presso gli stessi.

Ciascun dipendente, nel rispetto della privacy individuale, è inoltre tenuto a comunicare informazioni circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano apparire in conflitto d'interessi con Mediacom.

15.11 Utilizzo delle risorse aziendali

Ciascuno è tenuto a operare con diligenza per tutelare le risorse aziendali, evitando utilizzi impropri che possano causare danno o riduzione di efficienza o, comunque, in contrasto con l'interesse di Mediacom.

Ciascuno è responsabile della protezione delle risorse affidate e ha il dovere di informare in modo tempestivo le unità preposte di eventuali minacce o eventi dannosi che si siano verificati.

Per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ciascuno è tenuto al rispetto delle politiche e delle norme aziendali inerenti la sicurezza informatica.

Articolo 16 - Fornitori

Mediacom si impegna a ricercare nei fornitori e collaboratori esterni professionalità idonea e impegno alla condivisione dei principi e contenuti del Codice che definisce l'insieme dei valori ai quali tutte le imprese e i collaboratori esterni devono necessariamente ispirare le proprie condotte.

Le relazioni con i fornitori, compresi i contratti finanziari e di consulenza, sono regolate, oltre che dalle leggi, da opportune procedure e devono avvenire garantendo la massima trasparenza, in coerenza con le responsabilità, gli ambiti di competenza e le attività operative attribuite e nel rispetto del sistema di deleghe e dei principi organizzativi di segregazione tra compiti e responsabilità incompatibili.



16.1 Modalità di scelta dei fornitori

Ciascuna procedura di selezione deve essere espletata adottando le più ampie condizioni di concorrenza e ogni eventuale deroga a tale principio deve essere autorizzata e motivata, nel rispetto della normativa vigente. Sono da evitare situazioni di dipendenza sia per l'azienda Mediacom che per il fornitore.

Nei rapporti di approvvigionamento e, in genere, di fornitura di beni e/o servizi e di collaborazione esterna (compresi consulenti, agenti, etc.), è fatto obbligo al personale che cura gli approvvigionamenti ed al personale responsabile della gestione del contratto, oltre a quanto previsto per i dipendenti e collaboratori in generale, in particolare di:

- agire con imparzialità e garantire la parità di trattamento delle imprese che vengano in contatto con Mediacom e astenersi dal compimento di qualsiasi atto arbitrario che possa produrre effetti negativi sulle imprese, nonché da qualsiasi trattamento di favore;
- osservare le procedure interne per la selezione e la gestione dei rapporti con i fornitori e i collaboratori esterni e non precludere ad alcun soggetto in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere per aggiudicarsi una fornitura;
- astenersi dal diffondere e dall'utilizzare, a scopo personale, le informazioni di cui dispone per motivi d'ufficio, fermo restando il rispetto delle norme poste a tutela del diritto di informazione e di accesso;
- mantenere, con particolare cura, la riservatezza circa l'intera procedura di gara e sui nominativi dei concorrenti fino all'aggiudicazione;
- non incontrare, se non esplicitamente autorizzato, le imprese partecipanti durante lo svolgimento della gara. Eventuali richieste di informazione dovranno essere inoltrate per iscritto dal fornitore e le relative risposte saranno fornite con le modalità previste nella specifica procedura;
- non svolgere alcuna attività contrastante con il corretto adempimento dei compiti d'ufficio ed evitare situazioni, anche solo apparenti, di conflitto di interessi che, se ipotizzabili, devono essere comunque comunicate al responsabile dell'area /divisione;
- riferire tempestivamente, anche a mezzo Pec aziendale, le possibili violazioni del Codice Etico;
- portare a conoscenza delle competenti strutture di Mediacom problemi rilevanti insorti con un fornitore o un collaboratore esterno, in modo che la società possa valutarne le conseguenze e adottare idonei provvedimenti.

16.2 Tutela degli aspetti etici nelle forniture

Mediacom si impegna a promuovere, nell'ambito delle attività di approvvigionamento, il rispetto delle condizioni di tutela e sicurezza dei lavoratori, l'attenzione alla qualità di beni, servizi e prestazioni, il rispetto dell'ambiente e il perseguimento del risparmio energetico, in modo conforme ai principi enunciati nel presente Codice Etico e di legge e prevede, da parte dei fornitori, una autocertificazione di adesione a specifici obblighi sociali.



16.3 Esecuzione del contratto

La valutazione del rispetto delle condizioni contrattuali è effettuata in modo oggettivo e deve risultare da documentazione scritta. La relativa contabilizzazione sarà conclusa nei tempi stabiliti e conformemente alle specifiche procedure.

16.4 Accettazione del Codice Etico da parte del fornitore

Il presente Codice Etico, sottoscritto per accettazione dal titolare o dal legale rappresentante dell'impresa, deve essere allegato ai documenti prodotti in sede di offerta e costituisce un elemento del rapporto contrattuale.

16.5 Violazioni del Codice Etico da parte dei fornitori

La violazione delle norme contenute nel presente Codice comporta la risoluzione di diritto del contratto di fornitura.

Articolo 17 - Società e Enti

17.1 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Le relazioni della Società con la Pubblica Amministrazione, o in ogni caso relative a rapporti disciplinati dal codice dei contratti pubblici, devono ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione la Società non deve cercare di influenzare impropriamente le decisioni dell'Amministrazione interessata.

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, in Italia o all'estero, non è consentito ai destinatari di corrispondere, né offrire, direttamente o tramite terzi, somme di denaro o doni di qualsiasi genere ed entità, siano essi pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, rappresentanti di governo, pubblici dipendenti e privati cittadini, sia italiani che di altri Paesi, con i quali la Società intrattiene relazioni commerciali, per compensarli o ripagarli di un atto del loro ufficio né per conseguire l'esecuzione di un atto contrario ai doveri del loro ufficio.

17.2 Rapporti con le Autorità di Vigilanza

La Società si impegna a dare piena e scrupolosa osservanza alle regole dettate dalle autorità di vigilanza per il rispetto della normativa vigente nei settori connessi con la propria attività, fornendo la massima collaborazione e trasparenza (sono, a mero titolo esemplificativo, autorità di vigilanza ad es. ANAC, Consob, UIF della Banca d'Italia, Isvap, Autorità garante della concorrenza e del mercato, l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, AEEGSI, AGCOM, ecc.).



La Società non nega, nasconde o ritarda alcuna informazione richiesta dalle autorità di vigilanza e agli altri organi di regolazione nelle loro funzioni ispettive, e collabora attivamente nel corso di eventuali procedure istruttorie.

17.3 Rapporti con organizzazioni politiche e sindacali

Le risorse della Società sono esclusivamente destinate al perseguimento degli scopi statutari, nel rispetto dei principi di legalità, correttezza ed efficacia di ogni atto gestionale e/o finanziario. In ogni caso la Società non finanzia, né sostiene altrimenti, anche indirettamente, imprese o altri enti con fini di lucro, partiti politici e sindacati, salva, in quest'ultimo caso, la collaborazione contributiva prescritta dalla legge.

Qualsiasi iniziativa in materia da parte dei destinatari deve intendersi a titolo esclusivamente personale, restando escluso ogni onere a carico della Società ed ogni coinvolgimento della sua immagine e del suo ruolo istituzionale. È comunque tassativamente vietato ai destinatari ed ai loro familiari promettere o versare denaro, beni od altre utilità a partiti politici o sindacati, ovvero a loro rappresentanti, per promuovere il presunto interesse della Società o per procurarle un presunto vantaggio.

17.4 Rapporti con gli organi di informazione

I rapporti con i mass media sono riservati esclusivamente alle funzioni ed ai soggetti a ciò delegati.

I rapporti con i mass media sono improntati al rispetto del diritto dell'informazione.

La comunicazione verso l'esterno deve seguire i principi guida della verità, correttezza, trasparenza, prudenza e deve essere volta a favorire la conoscenza delle politiche aziendali e dei programmi e progetti della Società.

L'informazione verso i mass media deve essere accurata, coordinata e coerente con i principi e le politiche della Società; deve rispettare le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale; deve essere realizzata con chiarezza e trasparenza. È assolutamente vietato divulgare notizie false.

Qualsiasi dipendente venga contattato da un rappresentante dei mass media deve immediatamente darne notizia alle funzioni aziendali competenti onde condividere ogni iniziativa connessa alla divulgazione dei fatti e/o notizie attinenti alla Società.

Articolo 18 - Tutela dell'ambiente

Mediacom è attenta alle problematiche ambientali ed è consapevole del ruolo strategico dell'ambiente quale strumento di valorizzazione aziendale. In questo senso, considera parte



integrante della mansione di ciascun collaboratore l'assunzione di un comportamento responsabile e scrupoloso in materia di tutela ambientale, salute e sicurezza.

Mediacom si impegna nell'adozione di strategie volte al miglioramento continuo dei risultati nel campo della protezione dell'ambiente, concentrando gli sforzi sulla prevenzione dell'inquinamento e la minimizzazione dei rischi e degli impatti ambientali, e operando in linea con i seguenti principi:

- gestire in modo sostenibile le risorse naturali e l'energia, valorizzandone il corretto impiego e incrementando il ricorso alle fonti rinnovabili, prestando particolare attenzione alla riduzione degli sprechi e all'uso razionale delle risorse anche da parte del consumatore;
- progettare e implementare i processi produttivi e le attività aziendali con criteri atti a prevenire l'inquinamento e possibili eventi accidentali, ridurre gli impatti ambientali, salvaguardare la salute e la sicurezza dei dipendenti e della popolazione, adottando a tal fine le migliori tecniche disponibili sul mercato e verificandone l'affidabilità nella conduzione e manutenzione degli impianti;
- definire specifici obiettivi ambientali e programmi di miglioramento volti alla minimizzazione degli impatti ambientali significativi;
- utilizzare adeguati strumenti di controllo e sistemi di monitoraggio sui principali aspetti ambientali generati dalle proprie attività e sui programmi di miglioramento adottati;
- adottare sistemi di gestione ambientale e di qualità certificati;
- promuovere attività di sensibilizzazione e formazione ambientale al proprio interno, perseguendo la crescita e la diffusione della consapevolezza ecologica e del senso di responsabilità;
- redigere annualmente il Bilancio di Sostenibilità, inteso anche come fondamentale strumento d'informazione e comunicazione, qualitativa e quantitativa, delle azioni intraprese e programmate da Mediacom per la tutela degli ecosistemi e per la minimizzazione dei rischi ambientali;
- adottare uno spirito di collaborazione con le Istituzioni, la Pubblica Amministrazione e con Associazioni in iniziative riguardanti la tutela e la valorizzazione dell'ambiente.

www.soluzionimediacom.com



Mediacom

Customer Operations Process

Mediacom s.r.l.

Sede legale ed operativa

Viale Jenner, 51
20159 **Milano**

mediacom.servizi@pec.it

P.IVA 03467031211



Altre sedi

Via Calamandrei, 5
CDN Isola F4,
80143 **Napoli**

Strada Statale 7 bis
Km 11,700
81030 **Teverola (CE)**

Quality Management System

UNI EN 15838:2010 (seguendo i criteri della UNI 11200:2010)

UNI EN ISO 9001:2008

RTA-Rendimento Tecnologico Aziendale



ISO 9001:2015



ESOMAR