

# **CODICE ETICO**

## CODICE ETICO E DI CONDOTTA

### Sommario

	LA VISION DI RUNNER MARKETING .....	2
	FINALITÀ E DESTINATARI .....	2
1	PRINCIPI GENERALI .....	3
	1.1 Legalità.....	3
	1.2 Correttezza.....	3
	1.3 Non Discriminazione .....	3
	1.4 Riservatezza e Privacy .....	4
	1.5 Diligenza .....	4
	1.6 Lealtà .....	4
	1.7 Sensibilità ambientale .....	5
2	RAPPORTI CON I DIPENDENTI E CON I COLLABORATORI.....	6
	2.1 Selezione del personale.....	6
	2.2 Gestione del personale.....	6
	2.3 Lavoro forzato e minorile, condizioni d’impiego.....	6
3	AMBIENTE DI LAVORO.....	7
4	GESTIONE DELL’IMPRESA .....	7
	4.1 Osservanza delle procedure interne.....	7
	4.2 Gestione contabile.....	7
	4.3 Tutela del patrimonio .....	8
	4.4 Comunicazione.....	8
5	RAPPORTI CON L’ESTERNO.....	8
	5.1 Rapporti con Autorità e Pubbliche Amministrazioni.....	8
	5.2 Rapporti con organizzazioni politiche e sindacali.....	8
	5.3 Rapporto con clienti e fornitori .....	8
6	SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO.....	9

## **PREMESSA**

### ***LA VISION DI RUNNER MARKETING***

Runner Marketing è consapevole che l'autorevolezza di un'azienda si riconosca, oltre che dalla competenza dei suoi collaboratori e dall'alta qualità del servizio fornito alla clientela, anche dall'attenzione posta alle esigenze dell'intera collettività.

I principi che da sempre ispirano il lavoro di questa Società vengono raccolti formalmente in un Codice Etico di Comportamento nella convinzione che l'affidabilità si costruisca quotidianamente rispettando le norme e valorizzando le persone.

Questo Codice Etico rappresenta, quindi, un elemento distintivo ed identificativo nei confronti del mercato e dei terzi, la cui conoscenza e condivisione, richiesta a tutti coloro che operano nella Società o che con essa collaborano, costituiscono il fondamento della nostra attività ed il primo passo per concorrere al perseguimento della nostra *vision*.

L'obiettivo di Runner Marketing è quindi quello di perseguire l'eccellenza nel mercato in cui opera, attraverso uno Sviluppo Sostenibile, salva guardando l'Ambiente e la Sicurezza delle persone coinvolte tramite la coerenza di un comportamento rispettoso dell'Etica Sociale, ottenere la soddisfazione ed assicurare valore aggiunto per il Dipendente, per il Cliente e, in generale, per la Comunità.

### ***FINALITÀ E DESTINATARI***

Il presente Codice Etico (di seguito, il "**Codice**") illustra l'insieme dei principi etici e morali che sono alla base dell'attività di Runner Marketing (di seguito, "Società") nonché le linee di comportamento adottate dalla Società sia all'interno della propria attività (nei rapporti tra il personale dipendente) sia all'esterno (nei rapporti con le istituzioni, i fornitori, i clienti, i *partner* commerciali, le organizzazioni politiche e sindacali nonché gli organi d'informazione (di seguito, i "**Portatori di Interessi**").

Il rispetto di tali principi è di fondamentale importanza per raggiungere la missione aziendale di Runner Marketing e per garantire la sua reputazione nel contesto socio-economico nel quale opera.

Preliminarmente si evidenzia che Runner Marketing crede fermamente che ogni attività debba essere svolta eticamente, riconoscendosi nel principio sancito dall'art. 41 della Costituzione, in base al quale l'iniziativa economica privata *"non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana."*

Nessuno dei principi qui contenuti è obbligatorio come un vincolo giuridico. Tuttavia, la violazione di tali dichiarazioni da parte di tutti coloro che operano e collaborano, stabilmente o a tempo determinato, per conto di Runner Marketing (di seguito, i "**Destinatari**") discrediterebbe la reputazione di Runner Marketing e verrebbe seriamente presa in considerazione dalla dirigenza.

## **1 PRINCIPI GENERALI**

La condotta dei Destinatari, a tutti i livelli aziendali, è improntata ai principi di legalità, correttezza, non discriminazione, riservatezza, diligenza, e lealtà.

### **1.1 Legalità**

Runner Marketing opera nell'assoluto rispetto della legge e del presente Codice.

Tutti i Destinatari sono pertanto tenuti a osservare ogni normativa applicabile e ad aggiornarsi costantemente sulle evoluzioni legislative, anche avvalendosi delle opportunità formative offerte da Runner Marketing.

La Società considera la trasparenza dei bilanci e della contabilità un principio fondamentale per l'esercizio della propria attività e per la tutela della propria reputazione.

### **1.2 Correttezza**

La correttezza e l'integrità morale sono un dovere indefettibile per tutti i Destinatari.

I Destinatari sono tenuti a non instaurare alcun rapporto privilegiato con terzi, che sia frutto di sollecitazioni esterne finalizzate ad ottenere vantaggi impropri.

Nello svolgimento della propria attività i Destinatari sono tenuti a non accettare donazioni, favori o utilità di alcun genere (salvo oggetti di modico valore) e, in generale, a non accettare alcuna contropartita al fine di concedere vantaggi a terzi in modo improprio.

A loro volta, i Destinatari non devono effettuare donazioni in denaro o di beni a terzi o comunque offrire utilità o favori illeciti di alcun genere (salvo oggetti di modico valore oppure omaggi di cortesia commerciale autorizzati dalla Società) in connessione con l'attività da essi prestata a beneficio di Runner Marketing.

L'intrinseca convinzione di agire nell'interesse della Società non esonera i Destinatari dall'obbligo di osservare puntualmente le regole ed i principi del presente Codice.

### **1.3 Non Discriminazione**

Nei rapporti con Portatori di Interessi ed in particolare nella selezione e gestione del personale, nell'organizzazione lavorativa, nella scelta, selezione e gestione dei fornitori, nonché nei rapporti con gli Enti e le Istituzioni, Runner Marketing evita e ripudia ogni discriminazione concernente l'età, il sesso, la razza, gli orientamenti sessuali, lo stato di salute, le opinioni politiche e sindacali, la religione, la cultura e la nazionalità dei suoi interlocutori.

Runner Marketing, al contempo, favorisce l'integrazione, promuovendo il dialogo interculturale, la tutela dei diritti delle minoranze e dei soggetti deboli.

Runner Marketing rispetta le differenze culturali e tratta ogni impiegato con pari rispetto e dignità.

Tenendo a mente questo, è richiesto al personale Runner Marketing di:

- non incoraggiare o prendere parte in atti di bullismo, mobbing, stalking o atti umilianti, sia verbalmente che fisicamente;
- non creare condizioni che possano sminuire l'auto-stima o la reputazione professionale dei colleghi;
- intervenire e contattare il proprio responsabile o la dirigenza nel caso in cui si assista o si notino atti

discriminatori nei confronti del personale Runner Marketing.

#### **14 Riservatezza e Privacy**

Runner Marketing si impegna ad assicurare la protezione e la riservatezza dei dati personali dei Destinatari e dei Portatori di Interessi, nel rispetto di ogni normativa applicabile in materia di protezione dei dati personali.

I Destinatari sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate, apprese in ragione della propria attività lavorativa, per scopi estranei all'esercizio di tale attività, e comunque ad agire sempre nel rispetto degli obblighi di riservatezza assunti da Runner Marketing nei confronti di tutti i Portatori di Interessi.

In particolare, i Destinatari sono tenuti alla massima riservatezza su documenti idonei a rivelare know-how, informazioni di trasporto, informazioni commerciali e operazioni societarie.

Runner Marketing rispetta la privacy dei dipendenti e si attiene alle legislazioni comunitarie e nazionali vigenti in materia di protezione dei dati personali, privacy online e informazioni sensibili. Più precisamente Runner Marketing si è dotata di una completa organizzazione privacy, ai sensi del Regolamento UE 2016/679 e del D. Lgs. 196/2003.

Nel perseguire ciò, Runner Marketing incoraggia i propri dipendenti a:

- proteggere password, account informatici, dispositivi elettronici che possano rivelare informazioni personali;
- raccogliere informazioni personali solo se attinenti a questioni lavorative e a renderle accessibili al legittimo proprietario;
- non indagare circa condizioni personali o di salute a meno che non sia necessario per la sicurezza, per ragioni di prestazioni lavorative o per ottemperare alla Legislazione nazionale;
- non indagare sulla vita personale altrui (ad es.: orientamento politico e sessuale, gravidanza, sensibilità religiosa, ecc.).

#### **15 Diligenza**

Il rapporto tra Runner Marketing ed i propri dipendenti è fondato sulla reciproca fiducia: i dipendenti sono, pertanto, tenuti a operare per favorire gli interessi dell'azienda, nel rispetto dei valori di cui al presente Codice.

I Destinatari devono astenersi da qualsiasi attività che possa configurare conflitto con gli interessi di Runner Marketing rinunciando al perseguimento di interessi personali in conflitto con i legittimi interessi della Società.

Nei casi in cui si possa raffigurare la possibilità di sussistenza di un conflitto di interessi, i Destinatari sono tenuti a rivolgersi, senza ritardo, al proprio superiore gerarchico affinché l'azienda possa valutare, ed eventualmente autorizzare, l'attività potenzialmente in conflitto.

Nei casi di violazione, la Società adotterà ogni misura idonea a far cessare il conflitto di interessi, riservandosi di agire a propria tutela.

## **1.6 Lealtà**

Runner Marketing ed i Destinatari si impegnano a realizzare una concorrenza leale, nel rispetto della normativa nazionale e comunitaria, nella consapevolezza che una concorrenza virtuosa costituisce un sano incentivo ai processi di innovazione e sviluppo, tutela altresì gli interessi dei consumatori e della collettività.

## **1.7 Sensibilità ambientale**

Runner Marketing è consapevole dell'importanza dell'agire responsabilmente per evitare rischi ambientali e per ridurre l'inquinamento. Valutiamo l'impatto delle nostre attività alla luce dei numerosi attori con cui ci relazioniamo. Tra questi includiamo l'ambiente, ovvero la natura, l'ecosistema, la biodiversità, le famiglie biologiche, in poche parole tutti gli organismi viventi sulla terra.

I dipendenti e gli amministratori di Runner Marketing devono:

- Essere consapevoli dell'impatto ambientale delle operazioni quotidiane di Runner Marketing;
- Essere consapevoli di come comportarsi per minimizzare l'impatto ambientale delle nostre azioni quotidiane, seguendo scrupolose direttive interne per ridurre l'impatto ambientale derivante da inquinamento, scarti, approvvigionamenti, trasporti ed altre esternalizzazioni legate alle nostre attività;
- Segnalare ai responsabili eventuali attività impreviste che potrebbero mettere in pericolo l'ambiente.

## **2 RAPPORTI CON I DIPENDENTI E CON I COLLABORATORI**

### **2.1 Selezione del personale**

La valutazione e la selezione del personale sono effettuati secondo correttezza e trasparenza, rispettando le pari opportunità al fine di coniugare le esigenze di Runner Marketing, con i profili professionali, le ambizioni e le aspettative dei candidati.

RUNNER MARKETING VIETA AI PROPRI DIPENDENTI, RESPONSABILI DELLA SELEZIONE DEL PERSONALE, DI ATTUARE COMPORTAMENTI CHE LEDANO LA DIGNITA' INDIVIDUALE O ATTUINO FORME DI DISCRIMINAZIONE IN BASE ALL'ETA', AL SESSO, ALL'ORIENTAMENTO SESSUALE, ALL'IDENTITA' DI GENRE, ALL'ASPETTO FISICO, ALLO STATO DI SALUTE, AGLI ORIENTAMENTI RELIGIOSI E A QUALSIVOGLIA ALTRA CARATTERISTICA PERSONALE, SENZA ECCEZIONI.

Runner Marketing si impegna ad adottare ogni provvedimento utile ad evitare ogni forma di favoritismo nel processo di selezione del personale utilizzando criteri oggettivi e meritocratici, nel rispetto della dignità E DELLA SFERA PERSONALE dei candidati nonché nell'interesse al buon andamento dell'azienda.

Il personale assunto, anche mediante l'attuazione del presente Codice, riceve un'informazione chiara e corretta circa ruoli, responsabilità, diritti e doveri delle parti.

### **2.2 Gestione del personale**

Runner Marketing tutela e valorizza le proprie risorse umane, impegnandosi a mantenere costanti le condizioni necessarie per la crescita professionale, le conoscenze e le abilità di ogni persona, effettuando l'opportuna formazione per l'aggiornamento professionale e qualsiasi iniziativa volta a perseguire tale scopo.

Runner Marketing promuove la partecipazione dei lavoratori alla vita dell'azienda, fornendo strumenti partecipativi in grado di raccogliere l'opinione ed i suggerimenti dei lavoratori, garantendo la loro più ampia partecipazione. Ferma restando la massima disponibilità nei confronti della Società, nessun lavoratore può essere obbligato a eseguire mansioni, prestazioni o favori non dovuti in base al proprio contratto di lavoro ed al proprio ruolo all'interno dell'azienda.

La Società si impegna fermamente a contrastare episodi di *mobbing*, *stalking*, violenza psicologica, USO DI LINGUAGGIO NON INCLUSIVO ed ogni comportamento discriminatorio o lesivo della dignità della persona dentro e fuori i locali aziendali.

I rapporti tra dipendenti devono svolgersi con lealtà, correttezza e rispetto reciproco, in osservanza dei valori della civile convivenza e della libertà delle persone.

### **2.3 Lavoro forzato e minorile, condizioni d'impiego**

Il lavoro forzato e minorile non è tollerato. Rispettiamo inoltre la legislazione vigente in materia di età minima lavorativa consentita ed il diritto dei nostri dipendenti di organizzarsi e di negoziare collettivamente.

Sulla base di ciò, si chiede ai dirigenti di Runner Marketing di:

- assicurarsi che tutti i dipendenti di Runner Marketing abbiano firmato un contratto scritto di impiego, o qualsiasi altro documento dal quale risulti chiaro ed evidente che il dipendente stia lavorando volontariamente per Runner Marketing;
- assicurarsi che i salari, inclusi i pagamenti per gli straordinari, siano conformi alla legge nazionale, ai contratti collettivi;
- non usare diminuzioni salariali come forma di sanzione disciplinare;
- assicurarsi che gli impiegati siano liberi di incontrarsi e discutere questioni inerenti al lavoro, comprese quelle sindacali;
- assicurarsi di non far lavorare nessuno con un'età inferiore a quella consentita dalla legge.

## **3 AMBIENTE DI LAVORO**

Operare in un ambiente sicuro è la chiave per essere un buon lavoratore e lavorare con passione. Qualsiasi elemento relativo ai luoghi in cui si svolgono le attività di Runner Marketing, sia a livello fisico che psicologico, deve poter consentire al personale di esprimersi al meglio senza rischi per la propria sicurezza, salute o equilibrio psicologico.

Il lavoratore in Runner Marketing deve restare informato circa la sicurezza sul lavoro, seguire le istruzioni date, non esporsi a rischi non necessari durante l'orario di lavoro ed essere consapevoli che i dipendenti sono anche responsabili nel facilitare il lavoro altrui.

I dirigenti devono inoltre: verificare che i dipendenti abbiano ricevuto una formazione specifica sulla sicurezza e sulle questioni della salute sul luogo di lavoro, assicurarsi che la formazione ricevuta sia aggiornata e impartita correttamente, affrontare e risolvere in maniera aperta ed equa tutti i fraintendimenti e/o problemi che potrebbero nascere tra i dipendenti.

Runner Marketing si impegna ad offrire al proprio personale un ambiente di lavoro sano, sicuro e rispettoso della

dignità dei lavoratori e delle loro diversità.

La sicurezza sui luoghi di lavoro è assicurata sia implementando rigorosamente le disposizioni previste dalla legge in vigore, sia promuovendo attivamente la cultura della sicurezza attraverso specifici programmi formativi. La formazione del personale rappresenta un elemento centrale del sistema di gestione adottato.

Runner Marketing tutela la salute dei propri lavoratori, garantendo altresì il rispetto delle norme igieniche e di prevenzione sanitaria.

## **4 GESTIONE DELL'IMPRESA**

### **4.1 Osservanza delle procedure interne**

Runner Marketing ritiene che l'efficienza gestionale e la cultura del controllo siano elementi indispensabili per il raggiungimento degli obiettivi.

I Destinatari sono tenuti alla rigorosa osservanza delle procedure e delle istruzioni interne all'azienda.

I Destinatari devono agire in base ai rispettivi profili di autorizzazione e devono conservare ogni idonea documentazione per tenere traccia delle azioni intraprese per conto dell'azienda.

### **4.2 Gestione contabile**

Nell'attività di gestione contabile, i Destinatari sono chiamati ad agire nel rispetto dei principi di veridicità, accuratezza e trasparenza, affinché sia tutelata la reputazione di Runner Marketing sia internamente che esternamente.

Tutte le voci riportate in contabilità devono essere, pertanto, supportate da documentazione completa, chiara e valida, evitando qualsiasi forma di omissione, falsificazione e/o irregolarità.

In caso di elementi patrimoniali o economici fondati su valutazioni e stime, la relativa registrazione deve ispirarsi a criteri di ragionevolezza e prudenza.

### **4.3 Tutela del patrimonio**

I Destinatari esercitano le proprie funzioni cercando di razionalizzare e contenere l'uso delle risorse aziendali.

I Destinatari sono tenuti alla corretta applicazione delle disposizioni relative alla sicurezza per proteggere i dispositivi *hardware* da accessi non autorizzati, che potrebbero gravemente ledere i diritti alla protezione dei dati personali del personale e dei clienti di Runner Marketing.

### **4.4 Comunicazione**

Runner Marketing provvede a mettere a disposizione dei Portatori di Interesse idonei strumenti di comunicazione attraverso i quali poter interagire con l'azienda per inoltrare richieste, chiedere chiarimenti o effettuare reclami.

Runner Marketing promuove un'efficace comunicazione aziendale in grado di mettere in contatto l'azienda con la società civile, al fine di recepire istanze, esigenze e bisogni della collettività e di diffondere i propri valori e la propria missione.

Le informazioni diffuse ai Portatori di Interessi sono complete e accurate affinché sia consentito ai destinatari di assumere decisioni corrette e consapevoli.



La promozione pubblicitaria di Runner Marketing rispetta i valori etici, tutelando i minori e ripudiando messaggi volgari o offensivi.

## **5 RAPPORTI CON L'ESTERNO**

### ***5.1 Rapporti con Autorità e Pubbliche Amministrazioni***

I rapporti con le Autorità e con la Pubblica Amministrazione devono essere improntati alla massima chiarezza, trasparenza e collaborazione, nel pieno rispetto della legge e secondo i più alti *standard* morali e professionali. Nei rapporti con i Pubblici Ufficiali, con gli Incaricati di Pubblico Servizio, e la Pubblica Amministrazione in generale, i Destinatari autorizzati si attengono a massimi livelli di correttezza e integrità, astenendosi da qualsiasi forma di pressione, esplicita o velata, finalizzata a ottenere qualsiasi vantaggio indebito per sé o per Runner Marketing.

A tal proposito i Destinatari autorizzati saranno tenuti a osservare strettamente quanto disposto dal presente Codice, nonché, più in generale, a quanto previsto dalle direttive impartite dal *management* di Runner Marketing.

### ***5.2 Rapporti con organizzazioni politiche e sindacali***

Runner Marketing non favorisce o discrimina alcuna organizzazione politica o sindacale.

La Società si astiene dal fornire qualsiasi contributo indebito sotto qualsiasi forma a partiti, sindacati o altre formazioni sociali, salvo specifiche deroghe e comunque sempre nei limiti di quanto consentito dalle norme vigenti.

I Destinatari sono tenuti ad astenersi da qualsiasi pressione diretta, indiretta o millantata nei confronti di esponenti politici o rappresentanti sindacali.

### ***5.3 Rapporto con clienti e fornitori***

I Destinatari si rapportano con i terzi con cortesia, competenza e professionalità, nella convinzione che dalla loro condotta dipende la tutela dell'immagine e della reputazione dell'azienda e conseguentemente il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

In particolare, i Destinatari devono astenersi da qualsiasi forma di comportamento sleale o ingannevole che possa indurre i clienti o i fornitori a fare affidamento su fatti o circostanze infondati.

I Destinatari sono tenuti impegnarsi con costanza per offrire servizi puntuali e di alta qualità ai clienti, cercando di limitare qualsiasi forma di disservizio o ritardo al fine di massimizzare la soddisfazione della clientela.

Le relazioni con i fornitori sono improntate a lealtà, correttezza e trasparenza.

La scelta dei fornitori viene effettuata in base a criteri oggettivi di economicità, opportunità ed efficienza.

È preclusa la scelta di fornitori su basi meramente soggettive e personali o, comunque, in virtù di interessi contrastanti con quelli di società.

I Destinatari devono porre in essere ogni controllo possibile affinché anche fornitori e clienti siano in grado di rispettare i principi etici fondamentali di cui al presente Codice.


## 6 SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO

Il rispetto delle prescrizioni del presente Codice è affidato alla prudente, ragionevole ed attenta sorveglianza di ciascuno dei Destinatari, nell'ambito dei rispettivi ruoli e funzioni all'interno dell'azienda.

Tutti i Destinatari sono invitati a riportare ai loro diretti superiori i fatti e le circostanze potenzialmente in contrasto con i principi e le prescrizioni del presente Codice.

Il *management* di Runner Marketing e gli organi all'uopo preposti adottano ogni necessaria misura per porre fine alle violazioni, potendo ricorrere a qualsiasi provvedimento disciplinare nel rispetto della legge e dei diritti dei lavoratori, ivi inclusi i diritti sindacali.

Curtatone, Maggio 2024



**RUNNER MARKETING Srl**  
Sede Op.: Via Caduti del Lavoro, 11  
46010 LEVATA di CURTATONE (MN)  
Part. IVA 02414230207