

Il Codice Etico UniClub

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO



WWW.UNICLUB.IT

GDPR 679/2016 – ex artt. 13-14

Ver. 03/2022

INDICE

3	INTRODUZIONE
4	I DESTINATARI
5	L'AZIENDA
6	LA MISSION
7	LA VISION
8	I VALORI
10	I PRINCIPI DI CONDOTTA
12	LE NORME DI COMPORTAMENTO
15	ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO

INTRODUZIONE

Art. 1 - Natura del Codice

Il codice etico adottato da GalileoPro S.p.A. (di seguito “Società”) è un documento ufficiale che comprende principi, regole e norme il cui rispetto è di fondamentale importanza per le finalità di cui all’art. 2.

In questo insieme di comportamenti etici la Società e tutti coloro che ne entrano in contatto si riconoscono.

Art. 2 – Finalità

Questo codice ha lo scopo di far conoscere con chiarezza e trasparenza i valori e i principi cui ispirarsi nel proprio agire. È diretto al buon funzionamento e al continuo miglioramento dei servizi, nonché al mantenimento di rapporti ottimali con tutti i destinatari del seguente codice, indicati nel successivo art.3.

I DESTINATARI

Art. 3 – Destinatari

Il Codice Etico coinvolge tutti coloro che instaurino con la società rapporti e/o relazioni in maniera stabile o temporanea e che, comunque, operino nel rispetto dell'ambiente, dando importanza all'impegno sociale e mettendo sempre al Centro le Persone. In dettaglio sono:

- ✓ i clienti
- ✓ i collaboratori
- ✓ Le Farmacie UniClub
- ✓ Le Farmacie Regaliamo Sorrisi
- ✓ I Partner delle Farmacie UniClub
- ✓ I Partner nazionali
- ✓ i fornitori

Essi verranno di seguito indicati con il termine “Destinatari”.

Tutti i Destinatari sono tenuti a conoscere il seguente Codice Etico, a contribuire alla sua attuazione, al suo miglioramento e alla sua diffusione. I Destinatari che ne violano i principi e le regole ledono il rapporto di fiducia instaurato con la Società e ciò può, di conseguenza, comportare azioni disciplinari secondo le modalità e i termini specificatamente dettagliati nel contratto collettivo nazionale del lavoro (CCNL) e nelle specifiche procedure aziendali.

Art. 4 – Entrata in vigore

Il Codice entra in vigore dalla data della sua approvazione da parte dell'organo amministrativo della Società.

L'AZIENDA

Art. 5 – L’Azienda

GalileoPro S.p.A. è nata 17 anni fa come azienda leader in Italia nell’Emotional Marketing. Nel 2012 si è specializzata nel settore delle Farmacie e ad oggi, si occupa a tutto campo di Consulenza e Formazione in Marketing e Comunicazione, supportando gli Associati/Affiliati in tutte le attività a loro necessarie per ottenere gli obiettivi citati all’art. 10 paragrafo 2 del presente Codice. La Società e tutti coloro che ne collaborano riconoscono la loro identità nell’essere rispettosi della sostenibilità ambientale, dell’impegno sociale e dell’importanza del porre la Persona al Centro. In più, chi instaura un rapporto stabile con la Società ha la possibilità di usufruire del Programma Fedeltà “Regaliamo Sorrisi”, numero 1 in Italia, e di tutti i servizi ad esso connessi.

LA MISSION

Art. 6 – La Mission

La Mission “Ci prendiamo cura di Te” si concretizza attraverso la piena soddisfazione e il giusto allineamento dell’art. 5 sopra indicato. Gratificare il Cliente ed essere attivi nel rispetto dell’ambiente e nel costante impegno sociale è lo scopo ultimo della Società e di tutti i Destinatari del presente Codice.

LA VISION

Art.7 – Vision

La Vision della Società è quella di fare riconoscere Farmacie UniClub come un luogo di cura del benessere.

Il cuore pulsante del Network “*Farmacie UniClub*” è la PERSONA intesa come:

- ✓ Persona Cliente - valorizzata a partire dall’ascolto delle sue esigenze e delle sue aspettative di ricevere un servizio di altissima qualità
- ✓ Persona Collaboratore – ha la responsabilità di contribuire con impegno allo sviluppo del progetto aziendale, crescendo a sua volta sia professionalmente che personalmente all’interno della stessa, al fine sentirsi partecipe della vita del Network “*Farmacie UniClub*”.
- ✓ Persona Affiliato/Partner/Fornitore ha la responsabilità di promuovere il progetto aziendale con specifiche azioni e con servizi offerti, secondo le direttive del presente Codice Etico

I VALORI

Art.8 – I Valori

✓ **RISPETTO**

La persona prima di tutto. La persona dev'essere sempre rispettata, indipendentemente dalle sue capacità, dal suo livello di istruzione o dal ruolo che occupa. Il Rispetto della persona è anche mantenere la parola data.

✓ **COMUNICAZIONE APERTA**

Se qualsiasi persona, indipendentemente dal ruolo o dalla carica, esprime il proprio pensiero in modo trasparente, rispettoso e costruttivo tutti possono trarne beneficio. In questo modo si valorizzano le persone, si stimola la creatività e si aumentano le performance.

✓ **UMILTÀ**

L'umiltà, sinonimo di intelligenza e flessibilità nei cambiamenti, è la base per costruire qualsiasi successo a lungo termine. Riconoscere la propria imperfezione per colmarla costantemente attraverso la consapevolezza che non si smette mai di imparare, che chiunque può insegnarci qualcosa e che i risultati raggiunti sono frutto del lavoro di tutti.

✓ **MIGLIORAMENTO CONTINUO**

Innovazione tecnologica e miglioramento personale: questo è il binomio vincente. Il Miglioramento Continuo è la chiave per far fronte con entusiasmo ed efficacia alle sfide che il cambiamento ci pone ogni giorno.

✓ **RESPONSABILITÀ**

Ognuno di noi è l'artefice del proprio successo o insuccesso in quanto responsabile delle proprie azioni o inazioni. Imputare un insuccesso ad una causa esterna porta solo ad un prossimo insuccesso

✓ **COLLABORAZIONE**

Team work - condivisione di idee, soluzioni ed esperienze: quando le persone collaborano la sinergia che si crea riduce i punti di debolezza del singolo e ne aumenta i punti di forza

✓ **PASSIONE**

Amiamo quello che facciamo e per questo ci impegniamo col cuore, con la mente e col sorriso. La passione è l'elemento insostituibile che

trasforma un lavoro in un divertimento e fa la differenza tra qualcosa fatto bene e qualcosa fatto in modo straordinario

I comportamenti di ciascun destinatario del Codice Etico devono trovare fondamento sui nostri *Sette Valori*.

- ✓ Questi sette valori dovranno essere mantenuti vivi ed alimentati da ogni Destinatario e dalla Società in modo da percorrere insieme la stessa strada, perseguendo lo stesso obiettivo e appassionandosi ogni giorno al proprio lavoro. La condivisione della Mission (Art.6) e dei valori è la strada maestra che porterà alla realizzazione del progetto.

I PRINCIPI DI CONDOTTA

Art.9 – Principi di Condotta

I principi di condotta che ciascun destinatario deve adottare nel rispetto dei Valori sono i seguenti:

✓ **Principio di orientamento al Cliente**

La soddisfazione del Cliente è l'obiettivo del nostro lavoro. Ogni destinatario del Codice Etico ha pertanto il dovere di adoperarsi per garantire al Cliente il servizio il più qualificato possibile ed ha il dovere di relazionarsi con il Cliente con disponibilità, rispetto, cortesia, partecipazione ed impegno al fine di assicurargli la soddisfazione.

✓ **Principio di onestà**

Ogni destinatario deve orientare il proprio operato al senso di responsabilità, onestà, imparzialità, astenendosi dal perseguire l'utile personale e/o aziendale in violazione alle norme del Codice Etico.

✓ **Principio di trasparenza**

Tutti coloro che contribuiscono al perseguimento della Mission della Società sono chiamati ad adottare comportamenti ispirati alla trasparenza. Tra i vari destinatari del Codice Etico devono, quindi, essere assicurate informazioni trasparenti, adeguate al contesto, complete e comprensibili in modo che ciascuno possa, nell'ambito delle specifiche attività e mansioni, assumere decisioni autonome, consapevoli e, soprattutto, coerenti tra obiettivi dichiarati e risultati raggiunti.

✓ **Principio di riservatezza**

Condividendo i contenuti del seguente Codice Etico si assicura il rispetto di riservatezza delle informazioni in proprio possesso, riguardanti tutti i destinatari. Eventuali informazioni potranno essere fornite solo esclusivamente nel pieno rispetto della legge o sulla base di specifici accordi tra le parti. La Società presta particolare attenzione all'attuazione delle prescrizioni in materia di protezione e tutela dei dati personali, previste dal D. Lgs. N°196/2003.

✓ **Principio di condivisione**

Si promuovono l'autonomia, il senso di appartenenza e il riconoscimento dei Destinatari in un'unica identità affinché siano soggetti attivi per la realizzazione della Mission.

✓ **Principio di imparzialità**

La Società si impegna a garantire la massima imparzialità nei comportamenti verso tutti, evitando ogni discriminazione riferita a sesso, età, religione, razza o colore della pelle, ideologia o militanza politica, malattia, reddito o fascia sociale e nazionalità. I destinatari del Codice Etico si impegnano a garantire l'osservanza dello stesso principio di imparzialità.

✓ ***Principio di tutela dell'integrità personale***

La Società mira alla valorizzazione delle persone che, a vario titolo contribuiscono al perseguimento della sua Mission, tutelandone la dignità e l'integrità fisica e morale. Analogamente i soggetti che detengono responsabilità e/o rappresentanza della Società si impegnano a garantire la dignità e l'integrità morale e il buon nome e l'immagine della Società.

✓ ***Principio di Correttezza nella formulazione dei contratti***

La Società ispira la formulazione di qualsiasi contratto ed accordo interno ed esterno con i Destinatari, ai principi di massima trasparenza e correttezza, cercando di prevedere, per quanto possibile, le varie contingenze che potrebbero influire sulle relazioni al sorgere di eventi imprevisti.

✓ ***Principio di tutela della fede pubblica***

Ogni Destinatario del Codice Etico è garante di qualsiasi impegno intrapreso con tutti i soggetti indicati nello stesso Codice e con ulteriori potenziali Clienti/Associati/Affiliati/Partner e Fornitori.

✓ ***Principio di legalità***

La Società riconosce come principio imprescindibile il rispetto di tutte le leggi e i regolamenti in vigore. Si precisa che il presente Codice costituisce elemento essenziale del sistema di controllo adottato dalla Società ai sensi del D. Lgs. N° 231/2001, al fine della prevenzione dei reati che possono essere commessi nello svolgimento delle attività, con particolare riferimento ai reati-presupposto prefissi dal citato Decreto.

✓ ***Principio di professionalità***

La Società e tutti coloro che operano per e con la stessa sono dotati di comprovati requisiti di competenza, professionalità ed esperienza. Per garantire alti livelli di professionalità la Società si dedica con costanza alla formazione, all'aggiornamento e alla crescita professionale dei suoi Collaboratori/Associati/ Affiliati/Partner.

✓ ***Principio di diligenza e di accuratezza***

La Società e i suoi Associati/Affiliati/Partner avranno cura che i propri Collaboratori adempiano alle proprie attività con premura e diligenza, nel rispetto delle linee guida impartite dai responsabili e, comunque, tenendo sempre presente gli standard qualitativi aziendali.

LE NORME DI COMPORTAMENTO

Art.10 – Norme di Comportamento

- ✓ La Società verso i Clienti: i Collaboratori si impegnano quotidianamente ad ascoltare e dare risposta alle esigenze dei Clienti. Riconoscendo il valore dell’ascolto e del dialogo; i Collaboratori assicurano ai Clienti la tempestività e la qualità dell’informazione e della comunicazione e nel contempo garantiscono la realizzazione della Mission. Gli Associati/Affiliati e le Attività Partner si impegnano a comunicare attivamente alla clientela i servizi offerti in modo trasparente e rispettoso. I Partner/Fornitori si impegnano a fornire beni e servizi al fine di soddisfare le attese della clientela.
- ✓ La Società verso Associati/Affiliati/Partner: in fase di definizione dei rapporti con le Farmacie UniClub, le Farmacie Regaliamo Sorrisi e Attività Partner, la Società si impegna a fornire tutte le informazioni che consentano ad entrambi i soggetti di eseguire correttamente gli impegni assunti, evitando ogni fraintendimento. Inoltre, la Società offre agli Associati/Affiliati un’opportunità formativa periodica. Lo scopo della formazione è fornire agli Associati/Affiliati e le Attività Partner un ottimo modo di massimizzare i risultati ed ottimizzare gli investimenti individuali e complessivi. Inoltre, per garantire il corretto funzionamento dei Servizi, la Società si riserva il diritto di effettuare dei report di condotta delle Farmacie UniClub, le Farmacie Regaliamo Sorrisi e Attività Partner, mediante visite con cadenza almeno semestrale (Mystery Client), effettuate dai Collaboratori della stessa o di altre Società incaricate dalla stessa. Tutti i Collaboratori della Società dovranno fornire in maniera chiara e tempestiva le informazioni e il supporto richiesto dall’Associato/Affiliato al fine di assicurare il rispetto dei Principi e dei Valori del presente codice. Inoltre, i Collaboratori dovranno adempiere agli impegni assunti in maniera improrogabile. I Partner/Fornitori dovranno fornire in maniera chiara e tempestiva le informazioni richieste relativamente ai loro beni e/o servizi, anche legati al Programma Fedeltà “Regaliamo Sorrisi”.
- ✓ Associati/Affiliati/Partner verso la Società: Associati/Affiliati e attività partner dovranno pienamente osservare la Formula UniClub (art. 4.2 del contratto) con particolare riferimento alla tutela della fede pubblica; assicurare la disponibilità a ricevere e conservare i regali dei Clienti presso l’attività provvedendo alla relativa consegna; aderire senza riserve a tutte le promozioni e adoperarsi per il corretto svolgimento delle stesse con riferimento a quanto indicato nei relativi regolamenti, attuando le procedure necessarie per il buon esito delle stesse; utilizzare marchi e immagini Farmacie UniClub di proprietà di GalileoPro S.p.A. esclusivamente previa autorizzazione e approvazione

della stessa; osservare tutti i principi di condotta elencati nel presente Codice Etico.

- ✓ Partner Nazionali verso la Società: condividono i valori espressi ed osservano tutti i principi di condotta elencati nel presente Codice Etico.
- ✓ La Società e Associati/Affiliati/Partner verso i Partner Nazionali: in fase di definizione dei rapporti, la Società trasmette tutte le informazioni che consentano ad entrambi i soggetti di eseguire correttamente gli impegni assunti, evitando ogni fraintendimento. Inoltre, la Società si impegna, secondo il principio di riservatezza, a non comunicare all'esterno informazioni che abbiano natura riservata e strategica. I Collaboratori/Associati/Affiliati/Partner/Fornitori dovranno relazionarsi con i Partner Nazionali nel rispetto dei valori e dei principi di condotta presenti nel presente Codice Etico.
- ✓ La Società verso i Collaboratori: in ottemperanza al principio di imparzialità, come la Società attua tutte le azioni necessarie al fine di favorire il benessere del proprio Collaboratore, così gli Affiliati/Associati/Partner/Fornitori si impegnano ad assumere comportamenti adeguati nel rispetto dei valori e dei principi di condotta indicati nel presente Codice Etico.
- ✓ I Collaboratori verso la Società: ogni Collaboratore è chiamato ad osservare tutti i principi di condotta elencati nel presente Codice Etico.
- ✓ La Società verso i Fornitori: in fase di definizione dei rapporti, la Società trasmette ai propri Fornitori tutte le informazioni che mettono entrambi i soggetti nelle condizioni di evitare ogni fraintendimento. La Società esige dai propri Fornitori prodotti e servizi nel pieno rispetto delle normative ambientali, di gestione dei rifiuti e imballaggi. I Collaboratori/Affiliati/Associati/Partner dovranno assumere comportamenti adeguati nel rispetto dei valori e dei principi di condotta indicati nel presente Codice Etico.
- ✓ I Fornitori verso la Società: i Fornitori condividono la Mission e osservano attivamente i valori espressi nel presente Codice. I Fornitori garantiscono la propria correttezza, equità e si impegnano a preservare la salute e la sicurezza degli utilizzatori dei propri prodotti. Inoltre, si propongono prodotti e servizi nel pieno rispetto delle normative ambientali, di gestione dei rifiuti e imballaggi.
- ✓ Norme di comportamento verso la Comunità: la Società considera l'ambiente naturale un bene primario da salvaguardare. Si impegna a definire e a minimizzare l'impatto ambientale delle proprie attività. Sostiene e promuove iniziative di solidarietà sociale che abbiano come finalità di migliorare l'habitat privato e collettivo, mettendo a disposizione competenze economiche.

- ✓ Norme di comportamento verso la Pubblica Amministrazione: la Società si relaziona con la Pubblica Amministrazione per gli adempimenti legislativi, normativi e fiscali.

Art.11 – Salvaguardia dell’ambiente

La Società contribuisce alla diffusione e alla sensibilizzazione delle tematiche relative alla tutela e alla salvaguardia dell’ambiente.

Cerca di gestire in modo ottimale la sua Attività in modo eco-compatibile e sempre nel rispetto della normativa vigente.

Art.12 – Sicurezza nei luoghi di lavoro

La Società si attiene scrupolosamente alle norme in materia di sicurezza e igiene nei luoghi di lavoro. Effettua valutazioni e monitoraggi dei rischi, selezionando e, di conseguenza, adottando i mezzi più adeguati per prevenire e proteggere i suoi collaboratori e la Società stessa.

La Società si impegna a formare ed informare il proprio personale in materia di sicurezza e salute.

Allo stesso modo i collaboratori della Società garantiscono la massima disponibilità nei confronti del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione dei rischi ovvero di chiunque venga a svolgere controlli per conto degli Enti preposti.

La Società e i Collaboratori tutti si impegnano a comunicare tempestivamente il RSPP di eventuali anomalie o irregolarità riscontrate.

Ogni Collaboratore avrà cura di non porre alcuno di fronte a rischi inutili che possano provocare danni alla salute o all’incolumità fisica.

La Società e i suoi Collaboratori sono responsabili della buona gestione e del rispetto delle procedure previste per la sicurezza e la salubrità dell’ambiente di lavoro.

ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO

Art. 13 – Comunicazione e Promulgazione del Codice

L'osservanza delle norme del Codice Etico rappresenta parte essenziale degli obblighi contrattuali dell'azienda.

Il presente Codice Etico è portato a conoscenza di tutti gli interessati mediante idonee attività di comunicazione allo scopo di assicurarne la corretta comprensione.

La Società provvede a predisporre piani di formazione volti a promuovere la conoscenza dei principi contenuti nel Codice.

Art. 14 – Organismo di Vigilanza

L'Organismo di Vigilanza è istituito dall'Azienda che ne nomina i rappresentanti secondo criteri di competenza e autonomia.

L'Organismo ha i seguenti compiti:

1. verificare l'applicazione del Codice Etico;
2. monitorare i report effettuati dal Mystery Client;
3. monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e comprensione del Codice Etico;
4. monitorare eventuali segnalazioni pervenute dai vari destinatari del Codice;
5. proporre eventuali modifiche del Codice Etico.

Alla Società competono i seguenti compiti:

1. prendere decisioni in materia di violazione del Codice Etico di significativa rilevanza segnalata dall'Organismo di Vigilanza;
2. provvedere alla revisione periodica del Codice Etico.