



CODICE ETICO

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

Indice:

PREMESSA.....	2
I FONDAMENTI DELL'ETICA.....	2

Rev.	Data	Descrizione delle modifiche
0	05/03/2014	Emissione



PREMESSA

Lo stile di governance di Air Pullman Noleggi s.r.l. è improntato all'assunzione di comportamenti trasparenti e propositivi.

Questi comportamenti rappresentano un patrimonio prezioso che il Codice Etico intende preservare e rafforzare.

I FONDAMENTI DELL'ETICA

Etica, per noi, significa riconoscersi in un nucleo di valori forti a cui devono far riferimento i nostri comportamenti quotidiani; valori che contribuiscono a creare reputazione percepita sul mercato.

I valori che definiamo come i fondamenti dell'etica sono:

**Equità – Rispetto – Libertà
Trasparenza – Reciprocità – Fiducia**

Questi valori devono improntare i comportamenti delle persone della Società nei confronti di qualsiasi interlocutore, compresi quelli istituzionali quali Autorità e Pubblici Funzionari.

I nostri principali interlocutori possono essere così identificati:

**Personale - Investitori
Clienti e Fornitori – Comunità Territoriali**

EQUITÀ IN RELAZIONE AL PERSONALE

I principi delle libertà civili, ossia di quella religiosa, politica, culturale, sindacale e dell'orientamento sessuale, devono essere sempre rispettati e deve essere bandita ogni relativa discriminazione, sostituita invece, dalla centralità della valutazione delle competenze e delle capacità delle persone, e rafforzata da uno sforzo speciale di valorizzazione e integrazione delle persone che entrano a far parte della Società, anche a seguito di processi di acquisizione.

Rispetto e attenzione verso le persone e i loro bisogni, indipendentemente dal livello gerarchico, devono divenire tratti qualificanti dell'agire nelle relazioni all'interno della Società.

Tutti coloro che operano all'interno della Società devono bandire ogni forma di clientelismo e favoritismo, sia nei processi di assunzione e di valutazione dei percorsi di carriera aziendali sia nei meccanismi di incentivazione.

EQUITÀ IN RELAZIONE AI CLIENTI E FORNITORI

Vuol dire prestare la dovuta attenzione ai clienti ricercando la loro soddisfazione.

Un comportamento imparziale nella scelta dei fornitori deve essere sempre mantenuto, coinvolgendo tutte le funzioni aziendali in modo da rendere il rapporto con gli stessi un vantaggio competitivo per l'azienda.

EQUITÀ IN RELAZIONE AGLI INVESTITORI

Significa prestare la pertinente attenzione ad ogni investitore, senza discriminazioni o favoritismi.

EQUITÀ IN RELAZIONE ALLE COMUNITÀ TERRITORIALI



Nel rapporto con i portatori di interesse è necessario porsi in relazione proattiva offrendo assistenza, servizi, soluzioni ed opportunità.

TRASPARENZA IN RELAZIONE AL PERSONALE

La conoscenza è un bene dell'impresa e va trasmessa e mai monopolizzata o usata per incrementare il proprio potere personale a danno di coloro che ci sono a fianco, o a danno dell'impresa stessa.

In ogni momento del percorso di carriera di ciascun individuo devono essere comunicati all'interessato i criteri di giudizio e le relative valutazioni. Allorché si ritenga necessaria la riservatezza, ne devono essere resi espliciti i motivi e determinati in modo chiaro i confini.

TRASPARENZA IN RELAZIONE AI CLIENTI E FORNITORI

Significa rendere esplicite alla clientela, attraverso una comunicazione semplice e chiara, le caratteristiche dei servizi offerti.

La scelta dei fornitori deve essere operata con obiettività.

TRASPARENZA IN RELAZIONE AGLI INVESTITORI

La comunicazione deve avvenire in modo chiaro e trasparente tale da fornire una rappresentazione corretta e veritiera sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria della Società nel suo insieme e sull'evoluzione delle relative attività.

TRASPARENZA IN RELAZIONE ALLE COMUNITÀ TERRITORIALI

I rapporti con i territori devono avvenire in modo trasparente, rendendo noto ciò che la Società fa e come lo fa.

RISPETTO IN RELAZIONE AL PERSONALE

Significa ascoltare e prestare attenzione alle persone in modo costante, rispettandone valori, sensibilità, orientamenti morali senza mai ricorrere a forme di pressione indebita e di offesa.

Ruoli e aree di responsabilità devono essere riconosciuti a tutte le persone che lavorano nella Società, e definiti chiaramente.

RISPETTO IN RELAZIONE AI CLIENTI E FORNITORI

Significa gestire e tutelare la riservatezza delle informazioni di cui si entra in possesso. Tale dovere esiste anche nei confronti dell'azienda, del suo patrimonio e delle sue decisioni.

Il rapporto con i fornitori deve essere gestito aprendo un canale di ascolto che porti a sostenere i processi più innovativi e responsabili attuati.

RISPETTO IN RELAZIONE AGLI INVESTITORI

Significa adottare nei rapporti con gli Investitori regole di comportamento in linea con i valori della Società.

RISPETTO IN RELAZIONE ALLE COMUNITÀ TERRITORIALI

Significa farsi promotori di uno sviluppo territoriale attento alla sostenibilità ambientale e sociale

RECIPROCIITÀ IN RELAZIONE AI CLIENTI E FORNITORI

Significa cooperare con i fornitori, scambiandosi reciprocamente competenze e informazioni, in modo che l'Azienda e i fornitori stessi possano generare valore e vedere la propria identità



legittimata.

Bisogna sempre ascoltare le necessità di ognuno e tradurle in modo da proporre adeguate risposte in servizi

RECIPROCIÀ IN RELAZIONE AGLI INVESTITORI

Significa che l'impresa è disposta ad ascoltare le indicazioni che gli investitori fanno pervenire attraverso i canali codificati.

RECIPROCIÀ IN RELAZIONE ALLE COMUNITÀ TERRITORIALI

Diventa fondamentale che i rapporti con i territori si consolidino come relazioni in cui si danno e si ricevono informazioni, tramite la creazione di momenti di dialogo e confronto.

LIBERTÀ IN RELAZIONE AL PERSONALE

Occorre garantire una cultura aperta alla libertà di dissentire e alla capacità di rimettersi in discussione e di superare condizionamenti di ordine gerarchico e burocratico. Coloro che non condividono il dissenso debbono anch'essi esprimersi e farsi valere, ma se ricoprono cariche di vertice debbono farlo con equità e rispetto.

LIBERTÀ IN RELAZIONE AI CLIENTI E FORNITORI

Bisogna imparare a gestire le relazioni interpersonali su basi libere e paritarie senza soggezioni verso i più forti e senza arroganza verso i più deboli.

LIBERTÀ IN RELAZIONE ALLE COMUNITÀ TERRITORIALI

Ogni intervento nelle comunità territoriali in cui la Società opera deve essere caratterizzato dal pieno rispetto delle morali individuali e delle culture locali.

FIDUCIA IN RELAZIONE AL PERSONALE

Significa creare uno stile di affidabilità fondato sul tenere fede alla parola data e sulla possibilità di riconoscere l'errore commesso in buona fede.

FIDUCIA IN RELAZIONE AI CLIENTI E FORNITORI

La fiducia si deve ottenere con la costante conferma della nostra reputazione, affidata al coerente comportamento delle nostre persone.