



Codice Etico

Indice per sezioni

Codice Etico – Sezione 0 – “Introduzione generale”

0.1	Premessa	03
0.2	Destinatari del Codice Etico dell'azienda	03

Codice Etico – Sezione 1 – “Principi di comportamento per l'organizzazione”

1.0	Premessa	04
1.1	Integrità di comportamento e rispetto di Leggi e Regolamenti	05
1.2	Ripudio di ogni discriminazione	06
1.3	Centralità, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane ed equità dell'autorità	06
1.4	Radicalamento territoriale	06
1.5	Trasparenze ed etica degli affari	07
1.6	Qualità	07
1.7	Diversità	07
1.8	Legalità e contrasto del terrorismo e della criminalità	07

Codice Etico – Sezione 2 – “Gli attori sociali”

2.1	Clienti	08
2.2	Istituti finanziari	08
2.3	Fornitori	08
2.4	Pubblica amministrazione	09
2.5	Autorità pubbliche di vigilanza	09
2.6	Forze politiche, associazioni ed istituzioni portatrici di interessi	10
2.7	Consumatori	10

Codice Etico – Sezione 3 – “Principi di comportamento cui deve attenersi il personale”

3.1	Professionalità	10
3.2	Lealtà	10
3.3	Onestà	10
3.4	Legalità	11
3.5	Correttezza e trasparenza	11
3.6	Riservatezza	11
3.7	Risoluzione dei conflitti di interesse	11
3.8	Senso di appartenenza	11
3.9	Rispetto reciproco	11
3.10	Obblighi specifici	11



3.11 Settore Collection – Tutela Consumatore - Prassi operative UNIREC

15

Codice Etico – Sezione 4 – “Criteri di condotta”

4.0	Introduzione	16
4.1	Relazioni con il personale	16
4.1.1	Sicurezza e salute	17
4.1.2	Tutela della privacy	18
4.1.3	Tutela dell’ambiente	18
4.2	Relazioni con i clienti	18
4.2.1	Imparzialità	18
4.2.2	Contratti e comunicazioni ai clienti	18
4.2.3	Stile di comportamento del personale verso i clienti	19
4.2.4	Trattamenti dei dati	19
4.3	Rapporti con i fornitori	19
4.3.1	Scelta del fornitore	19
4.3.2	Integrità ed indipendenza nei rapporti	19
4.4	Rapporti con le Pubbliche Amministrazioni	20
4.4.1	Correttezza e lealtà	20
4.4.2	Regali, omaggi e benefici	20
4.5	Relazioni esterne	20
4.5.1	Efficacia esterna del Codice Etico	20
4.5.2	Conflitto di interessi	20
4.5.3	Pratiche concorrenziali	21
4.5.4	Regali e benefici	23

Codice Etico – Sezione 5 – “Meccanismi applicativi del Codice Etico”

5.1	Principi organizzativi	24
5.2	Trasparenza della contabilità	24
5.3	Controlli e verifiche	24
5.3.1	Vigilanza in materia di attuazione del Codice Etico	24
5.3.2	Segnalazione di problemi o di sospette violazioni	25
5.3.3	Provvedimenti disciplinari conseguenti alle violazioni	25
5.4	Incarico da pubblico servizio	26
5.5	Riservatezza	26
5.6	Diffusione, comunicazione e formazione	26
5.7	Procedure operative e protocolli decisionali	26

Codice Etico – Sezione 6 – “Disposizioni finali”

6.1	Conflitti con il Codice Etico	26
6.2	Iter di approvazione e modifiche	27



Codice Etico – Sezione 0 – “Introduzione generale”

0.1 Premessa

0.2 Destinatari del Codice Etico dell'azienda

0.1 - Premessa

Il presente documento, denominato Codice Etico, regola il complesso di diritti e responsabilità che la nostra azienda CREDIT REPORT srl, di seguito anche CREDIT REPORT assume espressamente nei confronti di coloro con i quali interagisce nello svolgimento della propria attività.

In piena sintonia con le posizioni espresse e tutelate dal sistema di accreditamento al quale aderisce ed a quelle dell'ente associativo di categoria FEDERPOL, l'organizzazione è consapevole di contribuire con il proprio operato, con senso di responsabilità ed integrità morale, al processo di sviluppo dell'economia italiana ed alla crescita civile del paese, ancor più meritevole ove si pensi alla crisi economica ed occupazionale che attanaglia il paese ed ai dati impressionanti sulla disoccupazione giovanile.

CREDIT REPORT è un'azienda dinamica che crede nel valore del lavoro e considera la legalità, la correttezza e la trasparenza dell'agire presupposti imprescindibili per il raggiungimento dei propri obiettivi economici, produttivi e sociali.

L'azienda afferma la congruità del proprio Codice etico nel perseguimento della propria mission sociale.

Il Codice Etico ha, inoltre, lo scopo di introdurre e rendere vincolanti per l'azienda i principi e le regole di condotta rilevanti ai fini della ragionevole prevenzione dei reati indicati nel D.Lgs. 231/2001

Il Codice Etico , considerato nel suo complesso e unitamente a tutte le specifiche procedure attuative approvate dall'azienda, si considera parte integrante dei contratti di lavoro subordinato in essere e da stipulare, ai sensi dell'art. 2104 c.c. (Diligenza del prestatore di lavoro).

La violazione delle sue disposizioni configurerà, quindi, un illecito di natura disciplinare e, come tale, sarà perseguito e sanzionato dall'azienda ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 7 (Sanzioni disciplinari) della L. n. 300/1970 (Statuto dei Lavoratori - Norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell'attività sindacale nei luoghi di lavoro e norme sui collocamento) e potrà comportare il risarcimento dei danni procurati all'organizzazione

Quanto ai collaboratori, siano essi persone fisiche o giuridiche (service), ai consulenti e ai lavoratori autonomi (più sotto specificati tra i destinatari) che prestano la propria attività in favore dell'azienda e agli altri soggetti terzi, la sottoscrizione del presente Codice Etico ovvero di un estratto di esso o, comunque, l'adesione alle disposizioni e ai principi in esso previsti rappresentano una conditio sine qua non della stipulazione di contratti di qualsiasi natura fra l'azienda e tali soggetti. Le disposizioni così sottoscritte o, in ogni caso, approvate, anche per fatti concludenti, costituiscono parte integrante dei contratti stessi

In ragione di quanto fin qui descritto, eventuali violazioni da parte dei soggetti di cui al precedente comma di specifiche disposizioni del Codice Etico, in base alla loro gravità, possono legittimare il recesso da parte dell'azienda dei rapporti contrattuali in essere con detti soggetti e possono altresì essere individuate ex ante come cause di risoluzione automatica del contratto ai sensi dell'art. 1456 c.c. (clausola risolutiva espressa).

0.2 - Destinatari del Codice Etico dell'azienda

Tramite l'adozione del Codice Etico, la nostra azienda ha inteso definire valori morali, regole chiare e procedure cui uniformarsi.

Il Codice Etico è diretto a:

- **Membri componenti gli organi collegiali**
- **Dipendenti (sia a tempo determinato che a tempo indeterminato)**
- **Collaboratori a progetto**
- **Consulenti esterni ed interni**
- **Fornitori di beni e servizi**
- **Qualsiasi altro soggetto che possa agire in nome e per conto dell'azienda sia direttamente che indirettamente,**



stabilmente o temporaneamente o coloro i quali instaurano rapporti o relazioni con l'azienda ed operano per perseguirne gli obiettivi

I destinatari del presente Codice Etico sono tenuti ad apprendere i contenuti ed a rispettarne i precetti.

Tenuto conto delle attività di recupero oltre che investigative, Il Codice Etico, incorpora in sé il **"Codice di Condotta per i processi di gestione e Tutela del Credito"**, redatto e sottoscritto dal Forum Unirec-Consumatori in data 6.5.2015 e approvato all'unanimità dall'Assemblea UNIREC lo scorso 13 maggio 2015.

Anche se al momento Credit Report non è associata UNIREC, dato che sono in corso le procedure di affiliazione, l'azienda ritiene che sia doveroso adottare tali procedure e precetti regolamentari nelle azioni di recupero crediti.

Il documento infatti spiega in cosa consista l'attività di recupero crediti, descrivendo le corrette modalità di azione per imprese e operatori in ogni sua fase di recupero.

Tale dettato regolamentare:

- Rappresenta l'evoluzione della Guida del Consumatore 2014 ai servizi di tutela del credito.
- E' stato redatto ai sensi dell'art. 27 bis del Codice del Consumo.
- E' in linea con i principi della Direttiva 2005/29/CE (art. 10).
- Recepisce quanto stabilito dal Regolamento del Garante Privacy del 2005.

La Direzione, o un delegato ed in particolare il Responsabile Operativo dell'azienda si fa carico dell'effettiva attuazione del Codice Etico, così implementato, e della diffusione dello stesso all'interno ed all'esterno dell'organizzazione.

Esigenza imprescindibile di ogni rapporto di proficua collaborazione con l'azienda è rappresentata dal rispetto, da parte degli altri destinatari, dei principi e delle disposizioni contenuti nel presente Codice Etico

In tal senso, al momento della stipula dei contratti o di accordi con gli altri destinatari, l'azienda dota i suoi interlocutori di una copia del presente documento.

Codice Etico – Sezione 1 – “Principi di comportamento per l'organizzazione”

1.0	Premessa
1.1	Integrità di comportamento e rispetto di Leggi e Regolamenti
1.2	Ripudio di ogni discriminazione
1.3	Centralità, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane ed equità dell'autorità
1.4	Radicamento territoriale
1.5	Trasparenze ed etica degli affari
1.6	Qualità
1.7	Diversità
1.8	Legalità e contrasto del terrorismo e della criminalità

1.0 - Premessa

I principi di seguito elencati sono ritenuti fondamentali, per cui la nostra organizzazione si impegna a rispettarli nei confronti di chiunque. È peraltro indispensabile che tali valori non rimangano meri enunciati ma vengano tradotti in condotte e comportamenti immanenti all'azienda. Anche se all'apparenza molti di tali principi possano risultare addirittura banali o ripetitivi, riteniamo che sia necessario ricordarli, affinché nessun componente aziendale possa accampare scuse circa la loro non conoscibilità.

Come organizzazione e come individui, tutti i destinatari, nell'ambiente di lavoro, sono tenuti ad applicarli in modo corretto nelle operazioni e nei rapporti sia interni che esterni.

I valori fondamentali su cui si basa l'attività dell'azienda sono

1.1 Integrità nel rispetto di Leggi e Regolamenti



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

- 1.2 Ripudio di ogni discriminazione
- 1.3 Centralità, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane ed equità dell'autorità
- 1.4 Radicamento territoriale
- 1.5 Trasparenza ed etica degli affari
- 1.6 Qualità
- 1.7 Diversità
- 1.8 Legalità e contrasto del terrorismo e della criminalità

CREDIT REPORT, che è un'azienda che da anni opera con successo e professionalità, si aspetta che tali valori ne definiscano l'identità, uniscano dipendenti e collaboratori all'organizzazione globale.

1.1 - Integrità di comportamento e rispetto di Leggi e Regolamenti

L'azienda si impegna a realizzare e fornire servizi di qualità ed a competere sul mercato secondo principi di equa e libera concorrenza e trasparenza, mantenendo rapporti corretti con tutte le istituzioni pubbliche, governative ed amministrative, con la cittadinanza e con le imprese terze.

Ciascuno è tenuto ad operare, in qualsiasi situazione, con integrità, trasparenza, coerenza ed equità, conducendo con onestà ogni rapporto di affari.

L'azienda opera nel rigoroso rispetto della Legge e si adopera affinché tutto il personale agisca in tale senso: le persone devono tenere un comportamento conforme alla Legge, quali che siano il contesto e le attività svolte ed i luoghi in cui esse operano.

Tale impegno deve valere anche per i consulenti, fornitori, clienti e per chiunque abbia rapporti con la nostra organizzazione.

L'azienda non inizierà né proseguirà alcun rapporto con chi non intende allinearsi a questo principio.

Il sistema di controllo preventivo interno: S.C.P.I. di CREDIT REPORT.

CREDIT REPORT ha realizzato al proprio interno un sistema di controllo preventivo interno generale, ovvero a presidio di ogni linea produttiva e gestionale, atto a conferire sicurezza circa l'applicazione in azienda dei principi informativi del Codice Etico e del rispetto della legalità e della trasparenza e lealtà commerciale.

In particolare gli obiettivi del SCPI si possono così declinare:

A livello informativo; tramite la predisposizione di informative veritiere e tempestive, allo scopo di supportare l'AD od il board esecutivo nell'ambito del loro potere decisionale;

A livello operativo; per garantire standard di lavoro eccellenti ed efficaci con le risorse disponibili, a tutela del patrimonio aziendale e degli obiettivi strategici individuati dall'AD coadiuvato dall'executive board.

A livello di conformità; per garantire lo svolgimento di ogni attività aziendale nel rispetto della legge, dei regolamenti e procedure aziendali interne gestionali.

Il S.C.P.I. inoltre costituisce un presidio di tutela su ogni area aziendale riducendo il rischio di conflitti di interesse tra organi ed unità organizzative di controllo ed operative.

Il S.C.P.I. di CREDIT REPORT, attuato tramite; Executive Board; Internal Auditor, External Auditor si ispira ai principi di:

- **Verificabilità, documentabilità, coerenza e congruenza di ogni operazione (specie quelle a rischio)**
Qualunque attività rientrante nelle aree a rischio deve essere adeguatamente documentata affinché si possano acquisire, in qualunque momento, informazioni in merito:

- alle principali fasi dell'operazione
- alle ragioni che hanno portato al suo compimento
- ai soggetti che ne hanno presidiato il compimento o hanno fornito le necessarie autorizzazioni

- **Separazione delle funzioni**

con l'obiettivo che nessuno possa gestire in autonomia tutte le fasi di un processo ma vi sia:

- una netta differenziazione, all'interno di ciascun processo, tra il soggetto che lo inizia, il soggetto che lo esegue e lo



conclude e quello che lo controlla

- o la documentazione scritta di ciascun passaggio rilevante del processo

▪ I controlli del S.C.P.I.

Il S.C.P.I. di CREDIT REPORT funziona tramite la seguente tipologia di controlli:

- Controlli di I Livello (di Area), svolti dalle singole U.O.;
- Controlli di II Livello (Risk Management; Reclami; Riciclaggio; Privacy; Affari Legali), svolti da strutture dedicate, ad es. Risk Controlling, U.O. Affari Legali; U.O. Collection; Responsabile risorse, responsabile operativo
- Controlli di III Livello da parte dell'auditor esterno appositamente nominato.

1.2 - Ripudio di ogni discriminazione

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con le parti interessate (gestione del personale ed organizzazione del lavoro, selezione e gestione dei fornitori, rapporto con la comunità circostante e con le istituzioni che la rappresentano), la nostra organizzazione evita ogni discriminazione in base all'età, sesso, sessualità, stato di salute, razza, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose dei suoi interlocutori.

1.3 - Centralità, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane ed equità dell'autorità

CREDIT REPORT, soprattutto tenuto conto del settore in cui opera, ovvero nelle azioni e protocolli volti alle investigazioni ed al recupero dei crediti tramite fonia od esazione domiciliare, riconosce la centralità delle risorse umane e ritiene che un fattore essenziale di successo e di sviluppo sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano.

L'azienda pone da sempre al centro del proprio operato la professionalità ed il contributo individuale delle persone, dando continuità ad uno stile di relazione che punta a riconoscere il lavoro di ciascuno come elemento fondamentale dello sviluppo aziendale e personale. Contestualmente l'azienda pone al centro del proprio operato quotidiano il dialogo, lo scambio di informazioni – a qualunque livello –, la valorizzazione e l'aggiornamento professionale dei propri collaboratori e la costituzione di una identità aziendale ed il relativo senso di appartenenza.

Tale valore si traduce:

- Nella creazione di un ambiente di lavoro capace di valorizzare il contributo e le potenzialità del singolo mediante la graduale responsabilizzazione del personale
- Nella realizzazione di un sistema di relazione che privilegi il lavoro di squadra rispetto al rapporto gerarchico
- Nello sforzo quotidiano finalizzato alla condivisione di competenze e conoscenze anche attraverso l'utilizzo di sistemi innovativi

Ferme restando le previsioni di legge e contrattuali in materia di doveri dei lavoratori, ai dipendenti sono richiesti professionalità, dedizione al lavoro, lealtà, spirito di collaborazione, rispetto reciproco, senso di appartenenza e moralità.

Nella gestione dei rapporti contrattuali che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche, la nostra azienda si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza e che sia evitata ogni forma di abuso: in particolare l'azienda garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità ed autonomia della persona.

Tali valori devono essere in ogni caso salvaguardati nell'effettuare scelte in merito all'organizzazione del lavoro.

1.4 - Radicamento territoriale

L'azienda si pone la finalità di realizzare in futuro progetti tendenti ad un coinvolgimento diretto della cittadinanza, delle istituzioni pubbliche e private, dell'imprenditoria e delle associazioni su tutto ciò che concerne la promozione dello sport, la prevenzione e la presa in carico del proprio benessere. L'azienda si attiva e continuerà ad attivarsi affinché le realtà con essa collaboranti si conformino alle medesime normative comportamentali ed orientino la propria attività ai medesimi principi e valori.

Oltre alle sponsorizzazioni di squadre giovanili e non per sostenere ed aiutare lo sport locale, CREDIT REPORT si riserva di partecipare anche come sponsor ad eventi convegnistici in materia di legalità, tutela del consumatore, sviluppo economico e sociale.

CREDIT REPORT infine organizzerà stage formativi volti ad introdurre i giovani neodiplomati nel mondo del lavoro. Per coloro che si sono



distinti nell'ambito di tali stage, CREDIT REPORT offre concrete possibilità di entrare nel mondo del lavoro come dipendenti o collaboratori propri o delle aziende ad essa collegate.

1.5 - Trasparenze ed etica degli affari

La storia, l'identità ed i valori dell'organizzazione si declinano in un'etica degli affari fondata su:

- **Affidabilità**
intesa quale garanzia di assoluta serietà nei progetti varati, nelle transazioni e negli impegni assunti
- **Solidità**
relativa ad un ente che poggia le basi patrimoniali definite, come testimoniato dalla propria prolungata attività
- **Trasparenza**
conseguente alla concezione del ruolo sociale che impone non solo il rispetto di principi e di lavori etici ma anche la messa in atto di modalità che consentano alle comunità di riferimento ed agli attori sociali di poter disporre delle informazioni per poterne ricostruire l'operato
- **Correttezza in ambito contrattuale**
evitando che, nei rapporti in essere, chiunque operi in nome e per conto dell'azienda cerchi di approfittare di lacune contrattuali o di eventi imprevisi al fine di rinegoziare il contratto al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza nei quali l'interlocutore si sia venuto a trovare
- **Tutela della concorrenza**
astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione

1.6 - Qualità

La qualità è un elemento distintivo della nostra azienda. L'organizzazione si impegna ed è responsabile nell'assicurare la qualità in ogni attività, in coerenza con la sua strategia a lungo termine.

Le attività sono poste in essere dall'azienda mediante un insieme di processi gestiti attraverso un sistema di gestione per la qualità che offre all'esterno uniformità, trasparenza e miglioramento del servizio.

1.7 - Diversità

L'azienda esige dai propri amministratori, dipendenti e collaboratori, comportamenti che garantiscano il più assoluto rispetto della dignità delle persone, pertanto l'organizzazione:

- Garantisce la più scrupolosa osservanza delle norme a tutela del lavoro minorile e infantile, delle libertà e dei diritti dei lavoratori
- Garantisce le condizioni di libera adesione ad organizzazioni sindacali
- Non tollera violazioni dei diritti umani
- Promuove, nel complesso tessuto sociale, l'integrazione quale forma di arricchimento collettivo

In particolare l'azienda condanna ogni qualsiasi forma di discriminazione sulla base dell'appartenenza di genere, etnica, politica e religiosa.

1.8 - Legalità e contrasto del terrorismo e della criminalità

L'azienda crede profondamente nei valori democratici e condanna qualsiasi attività che possa avere finalità di terrorismo o di eversione dell'ordine democratico

L'organizzazione, inoltre, condanna qualsiasi attività che implichi

- Falsificazione, contraffazione, alternazione e/o spendita di monete, carte di pubblico credito e valori di bollo
- Accettazione e trattamento da introiti di attività criminali (riciclaggio)



- Accessi abusivi a sistemi informatici esterni
- Detenzione abusiva di codici di accesso
- Danneggiamento di apparecchiature e di dati
- Frode nella gestione della certificazione di firma elettronica
- Intercettazioni, impedimenti ed interruzioni di comunicazioni informatiche
- Diffusione di idee di tolleranza e di omertà relative a uso di sostanze stupefacenti o che creino qualunque dipendenza
- Incitazione al compimento di atti illeciti od anche contrari al senso morale
- Negligenza nel contrastare la violenza, il danneggiamento delle cose pubbliche o private ed il rispetto dei regolamenti interni
- Pratiche commerciali aggressive, non pertinenti, sproporzionate, sleali, ingiuriose, minacciose o vessatorie nei contatti telefonici o domiciliari con i debitori/consumatori.

Codice Etico – Sezione 2 – “Gli attori sociali”

2.1	Clienti
2.2	Istituti finanziari
2.3	Fornitori
2.4	Pubblica amministrazione
2.5	Autorità pubbliche di vigilanza
2.6	Forze politiche, associazioni ed istituzioni portatrici di interessi
2.7	Consumatori

2.1 - Clienti

Costituisce obiettivo primario dell'azienda la piena soddisfazione delle esigenze dei propri clienti; in questo quadro, l'organizzazione assicura al cliente la migliore esecuzione degli incarichi affidati ed è costantemente orientata a proporre soluzioni sempre più avanzate ed innovative in un'ottica di integrazione, efficacia, efficienza ed economicità.

L'azienda fornisce informazioni accurate, complete e veritiere in modo da consentire al cliente una decisione razionale e consapevole. Essa tutela la privacy dei propri clienti secondo le norme vigenti in materia, impegnandosi a non comunicare né diffondere i relativi dati personali fatti salvi gli obblighi di legge.

L'azienda inoltre adotta uno stile di comunicazione fondato su efficienza, collaborazione e cortesia.

2.2 - Istituti finanziari

L'organizzazione intrattiene con gli istituti finanziari rapporti fondati su correttezza e trasparenza, nell'ottica della creazione di valore per l'azienda stessa. Per questo, gli istituti finanziari vengono scelti in relazione alla loro reputazione, anche per l'adesione a valori comparabili a quelli espressi nel presente Codice Etico.

2.3 - Fornitori

Fornitori di beni e servizi

L'azienda definisce con i propri fornitori rapporti di collaborazione, nel rispetto delle normative vigenti e dei principi del presente Codice Etico, avendo attenzione ai migliori standard professionali, alle migliori pratiche in materia etica, di tutela della salute e della sicurezza e del rispetto dell'ambiente.

Consulenti interni ed esterni



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

I consulenti vengono scelti in relazione alla professionalità ed alla reputazione oltre che all'affidabilità nonché all'adesione a valori comparabili a quelli espressi nel presente documento. I rapporti con i consulenti sono basati su accordi trasparenti e su un dialogo costruttivo finalizzato al raggiungimento degli obiettivi comuni, in coerenza con le normative ed i principi del presente Codice Etico

2.4 - Pubblica amministrazione

Con il termine Pubblica Amministrazione si intende qualsiasi persona, soggetto, interlocutore qualificabile come Pubblico Ufficiale o Incaricato di Pubblico Servizio che operi per conto della Pubblica Amministrazione centrale o periferica, o di Autorità Pubbliche di Vigilanza, Autorità Indipendenti, Istituzioni Comunitarie nonché di partner privati concessionari di un Pubblico Servizio

L'azienda ispira ed adegua la propria condotta, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, ai principi di correttezza ed onestà. Su questa base, le persone incaricate dall'azienda di seguire una qualsiasi trattativa, richiesta o rapporto istituzionale con la Pubblica Amministrazione, italiana o straniera, non devono per nessuna ragione cercare di influenzarne impropriamente le decisioni né tenere comportamenti illeciti, quali l'offerta di denaro o di altra utilità, che possano alterare l'imparzialità di giudizio del rappresentante della Pubblica Amministrazione.

Le persone incaricate dall'organizzazione aziendale alla gestione dei rapporti con qualsivoglia autorità della Pubblica Amministrazione devono verificare che le informazioni rese con qualunque modalità ed a qualunque titolo siano rispondenti al vero, accurate e corrette. Le persone cui è consentito avere contatti diretti con la Pubblica Amministrazione per conto dell'azienda sono le sole persone espressamente indicate dall'azienda stessa a tal fine.

Nessun altro collaboratore può intrattenere rapporti di alcun genere con la Pubblica Amministrazione per le attività inerenti l'oggetto sociale dell'azienda.

Nelle effettuazioni di gare, i soggetti incaricati dall'azienda devono rispettare la legge e le relative norme.

Rapporti di lavoro con ex dipendenti della Pubblica Amministrazione

L'assunzione di ex dipendenti della Pubblica Amministrazione che nell'esercizio delle proprie funzioni abbiano intrattenuto rapporti con l'azienda o di loro parenti e/o affini, avviene nel rigoroso rispetto delle procedure standard definite dall'organizzazione per la selezione del personale.

Anche la definizione di altri rapporti di lavoro e/o consulenziali con ex dipendenti della Pubblica Amministrazione o con loro parenti e/o affini, avviene nel rigoroso rispetto delle procedure standard.

Sovvenzioni e finanziamenti

Contributi, sovvenzioni o finanziamenti ottenuti dall'Unione Europea, dallo Stato o da altro Ente Pubblico, anche se di modico valore e/o importo, devono essere impiegati per le finalità per cui sono stati richiesti e concessi.

L'azienda vieta ai destinatari del presente Codice Etico l'utilizzo dei fondi percepiti dalle Pubbliche Amministrazioni e/o dai fondi interprofessionali per scopi diversi da quelli per cui sono stati erogati.

Analogamente, in caso di partecipazione a procedure di evidenza pubblica, i destinatari del presente Codice Etico sono tenuti ad operare nel rispetto della legge e della corretta pratica commerciale, evitando in particolare di indurre le Pubbliche Amministrazioni ad operare indebitamente in favore dell'azienda

L'organizzazione si impegna a prevenire atti che indicano i destinatari del presente Codice Etico a compiere azioni atte a procurarne illeciti vantaggi

Costituisce altresì comportamento illecito il ricorso a dichiarazioni o documenti alterati o falsificati o l'omissione di informazioni o, in generale, il compimento di artifici o raggiri, volti ad ottenere concessioni, autorizzazioni, finanziamenti, contributi da parte dell'Unione Europea, dello Stato o di altro Ente Pubblico

2.5 - Autorità pubbliche di vigilanza

I destinatari del presente Codice Etico si impegnano:

- Ad osservare scrupolosamente le disposizioni emanate dalle competenti istituzioni o Autorità Pubbliche di Vigilanza per il rispetto della normativa vigente nei settori connessi alle rispettive aree di attività
- Non siano presentate, nell'ambito delle istruttorie incorrenti con Istituzioni e/o Autorità Pubbliche di Vigilanza, istanze o richieste contenenti dichiarazioni non veritiere al fine di conseguire erogazioni pubbliche, contributi o finanziamenti agevolati ovvero di



ottenere indebitamente concessioni, autorizzazioni, licenza o altri atti amministrativi

- Ad ottemperare ad ogni richiesta proveniente dalle sopra citate istituzioni o Autorità nell'ambito delle rispettive funzioni di vigilanza, fornendo – ove richiesto – piena collaborazione ed evitando comportamenti di tipo ostruzionistico

2.6 - Forze politiche, associazioni ed istituzioni portatrici di interessi

L'azienda si confronta in modo trasparente con tutte le forze politiche, le associazioni presenti sul territorio e le istituzioni pubbliche (territoriali e nazionali) al fine di rappresentare debitamente le proprie posizioni su argomenti e temi di interesse

2.7 – Consumatori

L'azienda pone grande attenzione e rispetto a tutte le normative che tutelano i consumatori nell'ambito delle proprie attività di recupero domiciliare o per via telefonica.

CREDIT REPORT si uniforma al codice comportamentale nell'ambito specifico delle procedure di recupero, altrimenti definito come l'insieme delle buone prassi che gli operatori sia telefonici che domiciliari DEVONO adottare nei riguardi dei consumatori. Nelle seguenti sezioni, tali specifiche regolamentazioni saranno interamente trascritte, affinché ogni destinatario del presente Codice ne sia coinvolto e reso edotto.

Inoltre l'azienda ha adottato una specifica procedura interna volta alla gestione dei reclami, che garantisce al Consumatore una linea di ascolto e di contraddittorio al fine di dirimere rapidamente eventuali criticità od errori nella trattazione della singola posizione.

Ciò serve anche da pungolo e stimolo per un continuo miglioramento aziendale.

Codice Etico – Sezione 3 – “Principi di comportamento cui deve attenersi il personale”

3.1	Professionalità
3.2	Lealtà
3.3	Onestà
3.4	Legalità
3.5	Correttezza e trasparenza
3.6	Riservatezza
3.7	Risoluzione dei conflitti di interesse
3.8	Senso di appartenenza
3.9	Rispetto reciproco
3.10	Obblighi specifici
3.11	Settore Collection – Tutela Consumatore - Prassi operative UNIREC

3.1 - Professionalità

Ciascuna persona svolge la propria attività lavorativa e le proprie prestazioni con diligenza, efficienza e correttezza, utilizzando al meglio gli strumenti ed il tempo a propria disposizione ed assumendosi le responsabilità connesse agli adempimenti.

L'azienda non vieta che tra dipendenti e/o collaboratori possano nascere relazioni sentimentali ma ciò a patto che le stesse vengano ad esprimersi e svolgersi fuori dai locali aziendali ed orari lavorativi e non vengano ad interferire in alcun modo rispetto alla produttività e serenità del personale. Tali relazioni non dovranno in alcun modo interferire con il lavoro.

3.2 - Lealtà

Le persone sono tenute ad essere leali nei confronti dell'azienda

3.3 - Onestà



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

Nell'ambito della propria attività lavorativa, le persone dell'azienda sono tenute a conoscere e rispettare con diligenza il presente Codice, le leggi vigenti, il codice di condotta Unirec ed ogni altra disposizione regolamentare interna.. L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività dell'azienda, per le sue iniziative e costituisce valore essenziale della gestione organizzativa. I rapporti con i portatori di interesse, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di correttezza, collaborazione, lealtà e rispetto reciproco. In nessun caso il perseguimento dell'interesse aziendale può giustificare una condotta non onesta.

3.4 - Legalità

L'organizzazione si impegna a rispettare tutte le norme, le leggi, le direttive ed i regolamenti nazionali ed internazionali e tutte le prassi generalmente riconosciute. Inoltre, ispira le proprie decisioni ed i propri comportamenti alla cura dell'interesse pubblico affidatogli

3.5 - Correttezza e trasparenza

Le persone non utilizzano a fini personali informazioni, beni ed attrezzature di cui dispongono nello svolgimento della funzione o dell'incarico loro assegnati. Ciascuna persona non accetta né effettua per sé o per altri pressioni, raccomandazioni o segnalazioni che possano recare pregiudizio all'azienda o indebiti vantaggi per sé, per l'azienda o per terzi. Ciascuna persona respinge e non effettua promesse di indebite offerte di denaro o di altri benefici. L'azienda si impegna ad operare in modo chiaro e trasparente, senza favorire alcun gruppo di interesse o singolo individuo.

3.6 - Riservatezza

Le persone assicurano la massima riservatezza relativamente a notizie ed informazioni costituenti il patrimonio aziendale o inerenti all'attività aziendale, nel rispetto delle disposizioni di legge, dei regolamenti vigenti e delle procedure interne. Inoltre, le persone dell'azienda sono tenute a non utilizzare le informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività

3.7 - Risoluzione dei conflitti di interesse

Le persone perseguono, nello svolgimento delle attività lavorativa, gli obiettivi e gli interessi generali dell'azienda. Esse informano senza ritardo i propri superiori o referenti delle situazioni o delle attività nelle quali vi potrebbe essere un interesse in conflitto con quello dell'azienda, da parte delle persone stesse o di loro prossimi congiunti ed in ogni altro caso in cui ricorrano rilevanti ragioni di convenienza. Le persone rispettano le decisioni che in proposito sono state assunte dall'azienda

3.8 - Senso di appartenenza

Le persone perseguono, nello svolgimento delle attività lavorativa, tutto ciò che non ostacoli o pregiudichi in alcun modo il crearsi di un senso di appartenenza delle persone alla propria organizzazione, gruppo di lavoro o verso soggetti terzi

3.9 - Rispetto reciproco

Le persone impegnate a qualsiasi titolo nella collaborazione con l'azienda esigono e manifestano attivamente il rispetto per le mansioni, competenze, modalità di svolgimento delle mansioni anche attraverso l'omissione di proprie considerazioni personali a terzi

3.10 - Obblighi specifici

I dipendenti dell'azienda devono seguire le indicazioni riportate:

Trasparenza

È buona regola che ogni informazione inerente le attività svolte all'interno dell'azienda sia alla portata di ognuno. Ogni collaboratore ha il compito di:

- relazionarsi con il proprio responsabile e collega relativamente ai lavori da lui svolti. In caso di incomprensioni o problemi è



dovere di ognuno relazionarsi prima con il proprio responsabile o referente.

- comportarsi in modo scrupolosamente leale ed indipendente da condizionamenti di qualsiasi natura che ne possano influenzare l'operato sia nei confronti del proprio Committente, sia nei confronti di Organizzazioni esterne in rapporto con essi.
- non intrattenere rapporti economici impropri né accettare omaggi di valore o favori di qualsiasi natura da parte di Organizzazioni, fornitori del proprio Committente
- segnalare, all'atto dell'accettazione dell'incarico professionale o durante il suo svolgimento, qualsiasi relazione o interesse in comune con Organizzazioni esterne che intrattengono rapporti con il proprio Committente, suscettibili di determinare conflitti di interesse

Coerenza

Preso un impegno lo si porta a termine. Mai lasciare un lavoro incompiuto e mai assumersi impegni di cui si sa già di non riuscire a farvi fronte

Cortesìa e gentilezza

Cortesìa e gentilezza sono e devono essere alla base di ogni attività quotidiana, devono inoltre essere una costante nei rapporti interpersonali sia interni che verso l'esterno dell'azienda.

Puntualità

Se si è in ritardo ad un appuntamento è buona regola avvertire prima dello scadere dell'orario concordato, farlo successivamente è un gesto scortese.

La puntualità è una forma di rispetto nei confronti di chi ci sta attendendo.

Riservatezza

Tutte le informazioni e i dati gestiti sul posto di lavoro sono di proprietà aziendale e riservati, come tali devono essere trattati. In particolare non si dovrebbe mai parlare di problemi o situazioni lavorative in luoghi pubblici dove si può essere ascoltati, o in presenza di persone che non hanno diritto di essere coinvolte dalle informazioni in oggetto

Professionalità

**Essere professionali vuol dire conoscere tutti i comportamenti appropriati, tutto ciò che occorre per svolgere nel migliore dei modi il proprio lavoro, tenendo conto delle esigenze dei clienti e dell'azienda
Qualunque attività si svolga è necessario sempre essere professionali**

Ambiente lavorativo

Ognuno dovrebbe avere la capacità di comprendere i fenomeni che stanno alla base delle relazioni interpersonali e adottare un comportamento coerente con il contesto di riferimento, cercando sempre di mantenere un clima cortese, cordiale e collaborativo con i propri colleghi



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

Fedeltà e rispetto aziendale

Art. 2105 cc.: "Il prestatore di lavoro non deve trattare affari, per conto proprio o di terzi, in concorrenza con l'imprenditore, né divulgare notizie attinenti all'organizzazione e ai metodi di produzione dell'impresa, o farne uso in modo da poter recare ad essa pregiudizio".

GLI ELEMENTI DELL'OBBLIGO DI FEDELTA'

L'art. 2105 cod. civ. stabilisce, in sintesi, almeno tre aspetti diversi relativi all'obbligo di fedeltà e che, in caso di inosservanza da parte del lavoratore, possono essere oggetto di contestazione disciplinare ai sensi dell'art. 7, l. 300/1970 e, dunque, anche del licenziamento per giusta causa: venendo meno la fedeltà del lavoratore viene meno un presupposto essenziale del vincolo fiduciario.

LA CONCORRENZA AL DATORE DI LAVORO

Questo aspetto è facile confonderlo con l'obbligo di non concorrenza che, invece, si realizza solo al termine del rapporto di lavoro e comunque deve essere espressamente pattuito per iscritto tra le parti: nel caso richiamato, invece, si fa riferimento al divieto di non svolgere attività che possano – in qualunque modo – entrare in conflitto con quelle del datore di lavoro, e tale divieto permane sia durante che fuori l'orario di lavoro.

LA SEGRETEZZA

Il secondo elemento è la segretezza o riservatezza rispetto alle informazioni e notizie di cui il dipendente viene a conoscenza in esecuzione delle proprie mansioni e che possono essere usate solo ed esclusivamente in quel contesto.

Si tratta, in questo caso, di tutte quelle informazioni che riguardano l'organizzazione aziendale, i flussi economici, le commesse, i clienti, i rapporti con i fornitori, lo stato del bilancio, il numero dei dipendenti, e ogni altra vicenda "intima" dell'azienda che se rivelata può risultare dannosa; non solo, la divulgazione di notizie riservate può essere un danno per l'azienda anche in termini di perdita di competitività rispetto ad altre aziende concorrenti, dunque un vero effetto domino. Sul concetto di segretezza cfr. Cass. 8.8.2016, n. 16629:

"In caso di impossessamento di documenti aziendali da parte del lavoratore, al fine di esercitare il diritto di difesa in giudizio, cui va in ogni caso riconosciuta prevalenza rispetto alle eventuali esigenze di segretezza dell'azienda, occorre valutare la legittimità delle modalità di apprensione ed impossessamento, posto che le stesse potrebbero di per sé concretare ipotesi delittuose o, comunque, integrare giusta causa di licenziamento per violazione dell'art. 2105 c.c., ove in contrasto con i criteri comportamentali imposti dal dovere di fedeltà e dai canoni di correttezza e buona fede, si da ledere irrimediabilmente il rapporto fiduciario (nella specie, la suprema corte ha confermato la sentenza di appello che aveva ritenuto idonee a legittimare il licenziamento le modalità di apprensione della documentazione, consistenti nella registrazione di una conversazione tra presenti all'insaputa dei partecipanti e nell'impossessamento di una e-mail non destinata alla visione del lavoratore)".

IL "KNOW HOW" DEL DATORE DI LAVORO

Sul punto cfr. Cass. 1.9.2015, n. 17366:

"Le gravi violazioni dei doveri fondamentali connessi al rapporto di lavoro, doveri che sorreggono la stessa esistenza del rapporto, quali sono quelli imposti dagli art. 2104 e 2105 c.c. e, specificatamente, quelli derivanti dalle direttive aziendali - la cui vigenza equivale per un soggetto preposto ad una filiale di un istituto di credito, quanto all'onere di conoscerle, alle norme di comune prudenza ed a quelle del codice penale - comportano che, ai fini della legittimità del provvedimento irrogativo di un licenziamento disciplinare, non è necessario indicarle nel codice disciplinare, così come è sufficiente la previa contestazione dei fatti che implicano la loro violazione, anche in difetto di un'esplicita specificazione delle norme violate (nella specie è stato ritenuto di particolare gravità e lesivo dell'elemento fiduciario, il comportamento del lavoratore, direttore di una filiale di un istituto di credito, che aveva concesso prestiti senza adeguate garanzie e aveva consentito l'accesso ad un terminale della filiale ad un terzo estraneo all'istituto)".

Durante l'attività quotidiana ogni collaboratore dovrebbe sempre preservare sempre gli interessi e l'immagine dell'azienda, oltre ad avere il massimo rispetto per le proprietà aziendali

Durante lo svolgimento della propria attività si dovrebbero sempre valutare le implicazioni economiche delle proprie scelte evitando sprechi



Rispetto del cliente

L'azienda, come tutte le società in libero mercato, vive grazie ai suoi clienti

Rispetto, gentilezza e cortesia dovrebbe essere una costante nei rapporti di chi prende contatti con l'organizzazione

Postazione di lavoro

Ogni collaboratore è responsabile del proprio posto di lavoro. A ciascuno spetta la cura e la pulizia degli strumenti a sua disposizione. Le sale degli operatori della phone collection devono essere dedicate a tale attività e l'accesso da parte di altri soggetti dipendenti o collaboratori deve essere limitato a casi eccezionali. Ove sia necessario comunicare con gli operatori della phone, si dovrà usare preferibilmente la mail o provvedere alla convocazione presso altri uffici per colloquio personali tramite avviso telefonico o via chat. La chat tra operatori deve servire solo per scambi di brevi messaggi in tempo reale sempre a fini lavorativi. La chat non è strumento personale di conversazione ma mezzo in dotazione per agevolare il lavoro e lo scambio di informazioni.

Tali principi sono rilevanti e servono per ottemperare ai principi privacy sia verso i clienti che verso il personale ed inoltre assicurano che gli operatori mantengano un elevato livello di concentrazione ed attenzione alla procedure in atto ed alle negoziazioni telefoniche.

Personal computer

I personal computer in dotazione dovranno essere mantenuti nel miglior stato possibile e non potranno essere installati altri programmi se non quelli previsti dalla configurazione aziendale

Le apparecchiature hardware messe a disposizione dall'azienda costituiscono a tutti gli effetti strumenti di lavoro e non possono essere utilizzati per fini personali

In particolare i file in essi contenuti, costituiscono patrimonio aziendale e non possono essere arbitrariamente danneggiati e/o distrutti

E' fatto divieto assoluto di utilizzare apparecchiature hardware atte alla copia e/o memorizzazione di file e dati, quali memorie di massa USB, computer portatili, dischi ottici, masterizzatori e qualsiasi altro supporto elettronico di archiviazione, salvo previa espressa autorizzazione da parte della società

Internet

Il collegamento Internet è uno strumento di lavoro e come tale deve essere impiegato

L'utilizzo di Internet per scopi privati è ammesso solo fuori dall'orario lavorativo

La navigazione in internet:

- Non è consentita per quei siti che non attengono direttamente allo svolgimento delle mansioni assegnate, soprattutto in quelli che possono rilevare le opinioni politiche, religiose o sindacali del dipendente
- Non è consentita l'effettuazione di ogni genere di transazione finanziaria ivi comprese le operazioni di remote banking, acquisti on-line e simili salvo casi direttamente autorizzati dall'azienda e con il rispetto delle normali procedure di acquisto
- Non è consentito lo scarico e l'installazione di software gratuiti (freeware), shareware, P2P e/o FTP, prelevati da siti internet, se non previa espressa autorizzazione da parte della società
- È vietata ogni forma di registrazione a siti i cui contenuti non siano legati all'attività lavorativa
- Non è permessa la partecipazione, per motivi non professionali, a forum, o l'utilizzo di chat line, non è consentita la memorizzazione di documenti informatici di natura oltraggiosa e/o discriminatoria per sesso, lingua, religione, razza, origine etnica, opinione e appartenenza sindacale e/o politica etc.



Posta elettronica

La posta elettronica è uno strumento aziendale e non è da considerarsi corrispondenza privata e pertanto:

- Qualsiasi messaggio di posta elettronica (in quanto attinente all'attività lavorativa) può essere copiato e/o reso pubblico in qualsiasi momento
- Non è consentito utilizzare la posta elettronica (interna ed esterna) per motivi non attinenti lo svolgimento delle mansioni assegnate
- Non è consentito inviare o memorizzare messaggi (interni o esterni) di natura oltraggiosa, discriminatoria per sesso, lingua, religione, razza, origine etnica, opinione o appartenenza sindacale e/o politica etc.
- Non è consentito configurare e utilizzare account di posta elettronica esterni all'azienda

Telefoni cellulari

L'uso del cellulare ha delle regole di buon comportamento che andrebbero sempre rispettate

Premesso che è uno strumento di lavoro solo se in dotazione, il cellulare andrebbe sempre tenuto silenzioso durante riunioni e incontri con i clienti, soprattutto quando si è presso la loro sede

L'uso del cellulare per fini personali deve essere limitato al minimo e solo per i casi di emergenza

Automobili aziendali

L'automobile aziendale è sotto totale responsabilità della persona cui è stata assegnata come tutti i beni aziendali andrebbe utilizzata e mantenuta con la massima attenzione

Dovrà essere condotta nel pieno rispetto dei requisiti del codice della strada

Spetta al conducente assegnatario del mezzo preoccuparsi della pulizia, della manutenzione e garantirsi che l'autovettura sia sempre nelle condizioni di miglior efficienza

Rimangono a carico del conducente le eventuali multe derivanti da infrazioni del codice della strada

Automobili private

L'utilizzo dell'automobile privata per scopi lavorativi è previsto e come nel caso dell'automobile aziendale, il conducente deve operare nel pieno rispetto dei requisiti del codice della strada

Rimangono a carico del conducente le eventuali multe derivanti da infrazioni del codice della strada

3.11 - Settore Collection – Tutela Consumatore – Codice di condotta Forum Consumatori - UNIREC

In data 6 maggio 2015 è stato approvato dal Forum Unirec – Consumatori il “Codice di Condotta 2.0” altrimenti definito quale regolamento contenente le “Buone Prassi del Recupero Crediti”

CREDIT REPORT, ha fatto proprio tale regolamento convenzionale, garantendone l'applicazione e per offrirne maggiore visibilità, in calce al presente codice se ne trascrive copia fotostatica, da intendersi quale parte integrante del proprio Codice Etico.

Codice Etico – Sezione 4 – “Criteri di condotta”

4.0 Introduzione



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

- | | |
|------------|--|
| 4.1 | Relazioni con il personale |
| 4.1.1 | Sicurezza e salute |
| 4.1.2 | Tutela della privacy |
| 4.1.3 | Tutela dell'ambiente |
| 4.2 | Relazioni con i clienti |
| 4.2.1 | Imparzialità |
| 4.2.2 | Contratti e comunicazioni ai clienti |
| 4.2.3 | Stile di comportamento del personale verso i clienti |
| 4.2.4 | Trattamenti dei dati |
| 4.3 | Rapporti con i fornitori |
| 4.3.1 | Scelta del fornitore |
| 4.3.2 | Integrità ed indipendenza nei rapporti |
| 4.3 | Rapporti con le Pubbliche Amministrazioni |
| 4.4.1 | Correttezza e lealtà |
| 4.4.2 | Regali, omaggi e benefici |
| 4.5 | Relazioni esterne |
| 4.5.1 | Efficacia esterna del Codice Etico |
| 4.5.2 | Conflitto di interessi |
| 4.5.3 | Pratiche concorrenziali |
| 4.5.4 | Regali e benefici |

4.0 – Introduzione

Le regole contenute nella presente sezione hanno lo scopo di indicare ai destinatari del presente Codice Etico gli atteggiamenti ed i comportamenti da osservare durante lo svolgimento delle varie attività aziendali in conformità ad i valori a cui si ispira il presente documento. Tutti i destinatari del presente Codice Etico devono osservare una condotta corretta e trasparente nello svolgimento della propria funzione, contribuendo così all'efficacia del sistema di controllo interno a tutela del valore aziendale. Nel rispetto delle norme di legge e del codice di condotta di cui alla sezione precedente, dedicato specificamente agli operatori della collection, tutti i destinatari devono mantenere un atteggiamento improntato sulla disponibilità degli organi sociali e delle autorità di vigilanza.

4.1 - Relazioni con il personale

In generale:

▪ Selezione del personale

La valutazione del personale da assumere, o in collaborazione, è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati, rispetto a quelli attesi ed alle esigenze interne, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati. Le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psico-attitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. La Direzione adotta, nell'attività di selezione, opportune misure al fine di evitare favoritismi ed agevolazioni di ogni sorta ed effettua un'attenta selezione basata, oltre che sugli aspetti cogenti, anche su aspetti preferenziali deliberati dal CdA

▪ Integrità e tutela della persona

Nell'ambito dei processi di gestione e di sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dalle persone e/o su considerazioni di merito. L'accesso a ruoli ed incarichi avviene sulla base delle competenze, e delle capacità.



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

▪ **Valorizzazione e formazione delle risorse**

L'azienda mette a disposizione delle persone strumenti informativi e formativi con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze e conservare il valore professionale del personale. È prevista una formazione istituzionale permanente ed obbligatoria, erogata in determinati momenti della vita professionale, interna alla persona (esempio : per i neo assunti è prevista una introduzione all'attività) ed una formazione ricorrente rivolta al personale operativo (esempio : formazione in materia di sicurezza negli ambienti di lavoro, in materia di codice etico, protocolli per la collection, investigazioni tutela privacy).

4.1.1 - Sicurezza e salute

L'azienda si impegna ad offrire un ambiente di lavoro in grado di proteggere la salute e la sicurezza del proprio personale, diffondendo e consolidando una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutto il personale. L'azienda opera inoltre al fine di preservare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei lavoratori

Tra i principali obiettivi vi è quello di proteggere le risorse umane cercando costantemente le sinergie necessarie non solo al proprio interno ma anche con i fornitori, i consulenti esterni ed i clienti coinvolti nelle attività aziendali stesse

A tutti i dipendenti è imposto di rispettare le norme e le procedure interne in materia di prevenzione dei rischi e di tutela della salute e della sicurezza e di segnalare tempestivamente le eventuali carenze oppure il mancato rispetto delle norme applicabili

L'azienda adotta le misure generali di tutela della salute e della sicurezza sul lavoro prescritte dalla normativa con particolare riferimento a quanto dispone il D.Lgs. 81/08 e s.m.i. L'organizzazione si impegna al più scrupoloso rispetto di tutte le normative riguardanti la salute e la sicurezza sul lavoro per i dipendenti, i collaboratori e gli utenti. In particolare:

- **Definisce le procedure operative da seguire e coordina le attività in materia di salute e sicurezza sul lavoro**
- **Assicura l'applicazione delle normative vigenti anche attraverso la realizzazione dei documenti di valutazione dei rischi e la definizione di procedure di lavorazione in linea con gli standard di sicurezza vigenti**
- **Monitora costantemente le innovazioni legislative e si adopera per la loro implementazione**

L'azienda inoltre si impegna a garantire:

- **La valutazione di tutti i rischi per la salute e la sicurezza**
- **La programmazione della prevenzione, mirata ad un complesso che integri in modo coerente nella prevenzione le condizioni operative, nonché l'influenza dei fattori dell'ambiente e dell'organizzazione del lavoro**
- **L'eliminazione dei rischi e, ove ciò non sia possibile, la loro riduzione al minimo in relazione alle conoscenze acquisite in base al progresso tecnico**
- **Il rispetto dei principi ergonomici dell'organizzazione del lavoro, nella concezione dei posti di lavoro, nella scelta delle attrezzature e nella definizione dei metodi di lavoro e di erogazione del servizio, in particolare al fine di ridurre gli effetti sulla salute del lavoro monotono e di quello ripetitivo**
- **La riduzione dei rischi alla fonte**
- **La sostituzione di ciò che è pericoloso con ciò che non lo è oppure è meno pericoloso**
- **La limitazione al minimo del numero di lavoratori che sono o che possono essere esposti al rischio**
- **L'utilizzo limitato di agenti chimici, fisici e biologici sui luoghi di lavoro**
- **La priorità delle misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuali**
- **Il controllo sanitario dei lavoratori ove necessario.**
- **L'allontanamento del lavoratore dall'esposizione al rischio per motivi sanitari inerenti la sua persona e spostamento ove possibile ad altra mansione**
- **L'informazione e formazione adeguate per i lavoratori, per i dirigenti, i proposti, il RLS e di tutto il personale**
- **Le istruzioni adeguate ai lavoratori**
- **La partecipazione e la consultazione dei lavoratori e del RLS (se nominato)**
- **La programmazione delle misure ritenute opportune al fine di garantire il miglioramento nel tempo dei livelli di sicurezza anche attraverso l'adozione di codici di condotta e di buone prassi**
- **Le misure di emergenza da attuare in caso di primo soccorso, di lotta antincendio, di evacuazione dei lavoratori e di pericolo grave ed immediato**
- **L'uso di segnali di avvertimento e di sicurezza**



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

- **La regolare manutenzione di ambienti, attrezzature, impianti con particolare riguardo agli eventuali dispositivi di sicurezza in conformità all'indicazione dei rispettivi fabbricanti**
- **Le adeguate istruzioni ai dipendenti, ai collaboratori ed agli utenti e formazione agli stessi secondo quanto previsto dalla legge e dal CCNL applicato al personale**

4.1.2 - Tutela della privacy

Nel trattamento dei dati del proprio personale, l'azienda si attiene alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 196/2003 recante il codice in materia di protezione dei dati personali, che dal 25 maggio 2018 sarà riformato dal Regolamento UE 679/2016. Alle persone viene consegnata una informativa sulla privacy che individua:

- **Finalità e modalità del trattamento**
- **Eventuali soggetti ai quali i dati vengono comunicati**
- **Informazioni necessarie all'esercizio del diritto di accesso di cui all'Art. 13 del D.Lgs. 196/2003 stesso**

Nei casi in cui la normativa lo esiga, alle persone viene chiesto il consenso specifico al trattamento dei loro dati personali. È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali ed in generale la vita privata dei dipendenti e dei collaboratori

La stessa procedura viene applicata anche per la gestione telematica delle informazioni e dei dati personali

4.1.3 - Tutela dell'ambiente

L'organizzazione si impegna a perseguire la tutela dell'ambiente attraverso il rispetto della legislazione e della normativa nazionale e comunitaria.

Si impegna a realizzare la prevenzione degli inquinamenti ed a diffondere la sensibilizzazione dei dipendenti e collaboratori alle tematiche ambientali

4.2 - Relazioni con i clienti

Nelle relazioni con i clienti il personale deve avere una condotta educata, collaborativa, proattiva, evitando risposte meramente dilatorie od ingannevoli.

Ove il dato richiesto dal Cliente non sia di pertinenza o di competenza del dipendente coinvolto dal cliente, egli deve immediatamente avvisare il Cliente della propria carenza di legittimazione, evitando di anticipare notizie che poi potrebbero rivelarsi errate.

Immediatamente chiusa la conversazione, il dipendente dovrà comunicare per iscritto al responsabile di funzione il contatto avuto dal cliente e l'oggetto della richiesta.

In nessun caso il dipendente privo di competenza specifica può effettuare comunicazioni per conto di un altro dipendente.

4.2.1 - Imparzialità

L'azienda si impegna ad offrire i propri prodotti e servizi senza alcuna discriminazione tra i clienti privati o potenzialmente titolari di dote con particolare attenzione a questi ultimi

4.2.2 - Contratti e comunicazioni ai clienti

I contratti e le comunicazioni ai clienti da parte dell'azienda devono essere sempre:

- **Chiari e semplici, formulati con il linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori**
- **Conformi alle normative vigenti e tali da non configurare pratiche elusive o comunque scorrette**



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)
Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

- **Completi così da non trascurare alcun elemento rilevante, ai fini della decisione del cliente**

4.2.3 - Stile di comportamento del personale verso i clienti

Lo stile di comportamento delle persone dell'azienda nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto ed alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità

4.2.4 - Trattamenti dei dati

Nel trattamento dei dati personali dei clienti, l'organizzazione si attiene alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 196/2003 recante il Codice in materia di protezione dei dati personali

Viene conseguita un'informativa sulla privacy, ove necessaria, che individua

- **Finalità e modalità del trattamento**
- **Eventuali soggetti ai quali i dati vengono comunicati**
- **Informazioni necessarie all'esercizio del diritto di accesso di cui all'Art. 13 del D.Lgs. 196/2003 stesso**

Nei casi in cui la normativa lo esiga, alle persone viene chiesto il consenso specifico al trattamento dei loro dati personali; è esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali ed in generale la vita privata dei clienti

È fatto obbligo al personale il trattamento dei dati con la massima discrezione e riservatezza soprattutto nei confronti dell'interno; la stessa procedura viene applicata anche per la gestione telematica delle informazioni e dei dati personali

4.3 - Rapporti con i fornitori

I rapporti con i fornitori sono tenuti solo dal personale a ciò autorizzato e devono essere improntati a criteri di trasparenza, fidelizzazione, correttezza ed efficienza.

4.3.1 - Scelta del fornitore

I processi di acquisto sono improntati :

- **Alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per l'azienda**
- **Alla concessione delle pari opportunità ai fornitori**
- **Alla lealtà**
- **Alla imparzialità**

La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni di acquisto sono basate su una valutazione obiettiva della qualità, del prezzo del bene o servizio della sua effettiva disponibilità nonché delle garanzie di assistenza e di tempestività. Quale ulteriore criterio di selezione è l'esclusione di fornitori che hanno in corso procedimenti penali per appalti o altro a carattere mafioso

Inerentemente ai servizi investigativi o di fornitura di servizi di recupero crediti, i processi di selezione e acquisto prevedono rigidi protocolli selettivi e di monitoraggio da parte del responsabile della collection ed in generale della direzione generale.

Solo le aziende o ditte qualificate, con sufficiente esperienza settoriale e totale assenza di precedenti penali per reati contro la persona, il patrimonio la fede pubblica, la PA, ed ogni altro genere di reati che non siano meramente bagatellari o depenalizzati potranno essere selezionate da CREDIT REPORT.

4.3.2 - Integrità ed indipendenza nei rapporti

Le relazioni con i fornitori, ivi incluse quelle che concernono i contratti finanziari e di consulenza, sono oggetto di un costante monitoraggio da parte dell'azienda.



La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza evitando, ove possibile, forme di dipendenza.

I documenti scambiati con i fornitori devono essere opportunamente archiviati: in particolare, quelli di natura contabile devono essere conservati per i periodi stabiliti dalla normativa vigente.

4.4 - Rapporti con le Pubbliche Amministrazioni

In questa sezione vengono trattati i rapporti tra l'azienda e le pubbliche amministrazioni

4.4.1 - Correttezza e lealtà

L'azienda intende condurre rapporti con la Pubblica Amministrazione con la massima trasparenza ed eticità di comportamento. Tali rapporti, che devono avvenire nel rispetto della normativa vigente, sono informati ai principi generali di correttezza e lealtà in modo da non compromettere l'integrità di entrambe le parti.

4.4.2 - Regali, omaggi e benefici

Nessuna persona dell'azienda può elargire denaro oppure offrire vantaggi economici o altre tipologie di benefici a soggetti della Pubblica Amministrazione a scopo di ottenere incarichi o altri vantaggi personali o per l'azienda stessa.

Non è ammessa alcuna forma di regalo che possa essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia o comunque rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile all'azienda

In tal senso si considera come regalo una "normale pratica commerciale o di cortesia" del valore inferiore ad € 100,00.

In particolare è vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici italiani ed esterni o a loro familiari che possa influenzarne l'indipendenza di giudizio allo scopo di ottenere trattamenti più favorevoli o prestazioni indebite o vantaggi di vario genere. Per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio: non solo beni materiali ma anche, ad esempio, partecipazione gratuita a convegni, corsi di formazione, promessa di un'offerta di lavoro etc.

Quanto sopra non può essere eluso ricorrendo a terzi: a tale riguardo si considerano infatti atti di corruzione non solo i pagamenti illeciti fatti direttamente agli enti o ai loro dipendenti ma anche i pagamenti illeciti fatti a persone che agiscono per conto di tali enti.

In occasione di ricorrenze, anniversari e/o festività è consentita la donazione di beni purché di modesta entità e comunque nei limiti deliberati dal CdA o dalla Direzione Generale documentata in modo adeguato al fine di consentire le opportune verifiche.

Qualora una persona dell'azienda, invece, riceva, da parte di un componente della Pubblica Amministrazione richieste esplicite o implicite di benefici ne informa immediatamente il CdA o il soggetto cui sia tenuto a riferire per l'adozione di opportune verifiche ed iniziative.

4.5 - Relazioni esterne

In questa sezione vengono trattati i dettagli in merito le relazioni esterne dell'azienda

4.5.1 - Efficacia esterna del Codice Etico

Chiunque agendo in nome e per conto dell'azienda entri in contatto con soggetti terzi con cui l'organizzazione intenda intraprendere relazioni commerciali o sia con gli stessi tenuta ad avere rapporti di natura istituzionale, sociale, politica o di qualsivoglia natura, ha l'obbligo di:

- Informare tali soggetti degli impegni e degli obblighi imposti dal Codice Etico
- Esigere il rispetto degli obblighi del Codice Etico nello svolgimento delle loro attività
- Adottare le iniziative necessarie in caso di rifiuto da parte dei soggetti terzi di adeguarsi al Codice Etico o in mancata o parziale esecuzione dell'impegno assunto di osservare le disposizioni contenute nel Codice Etico stesso, informando la Direzione Generale.

4.5.2 - Conflitto di interessi



CREDIT REPORT S.r.l.
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

Tutti i destinatari devono assicurare che ogni decisione assunta nell'ambito delle proprie attività sia presa nell'interesse dell'azienda. Tutti i destinatari sono tenuti ad evitare ogni attività o situazione di interesse personale che costituisca o possa costituire, anche solo potenzialmente, un conflitto tra gli interessi propri e quelli dell'organizzazione e, in ogni caso, dovranno conformarsi alle specifiche procedure adottate dall'azienda in materia

Tutti i destinatari del Codice Etico dovranno astenersi dal trarre vantaggio dalla propria relazione con l'azienda al fine di favorire se stessi o terzi a danno o a svantaggio dell'organizzazione stessa.

Ad ogni dipendente è fatto divieto di prendere parte, direttamente o indirettamente, a qualsivoglia titolo, ad iniziative commerciali che si pongano in situazione di diretta concorrenza con l'azienda a meno che tale partecipazione non sia stata preventivamente comunicata al CdA competente ed approvata dallo stesso.

Nell'ipotesi in cui siano individuate situazioni di conflitto di interesse, anche potenziale, sia interne che esterne all'attività dell'azienda, ciascun soggetto coinvolto è tenuto ad astenersi dal porre in essere la condotta di conflitto dandone tempestiva comunicazione.

4.5.3 - Pratiche concorrenziali – Codice del Consumo

Per l'azienda è di primaria importanza che il mercato sia basato su una concorrenza corretta e leale.

L'azienda è impegnata ad osservare scrupolosamente le leggi in materia ed a collaborare con le autorità regolatrici del mercato. In particolare:

- **Si impegna a realizzare le attività nel rispetto della ratio della legge per gli incarichi di fornitura di beni e servizi che vengono affidate tramite espresse convenzioni con gli enti pubblici, compresi quelli economici e le società di capitali a partecipazione pubblica**
- **Compete lealmente sul mercato rispettando le regole della concorrenza**
- **Si impegna a fornire informazioni corrette circa la propria attività sia all'interno che all'esterno o fronte di legittime richieste**
- **Assicura la veridicità e correttezza dei dati sociali relativi ai bilanci, relazioni ed altri documenti ufficiali**
- **Rispetta il Codice del Consumo ed in particolare gli artt. da 21 a 26 D.LGS 206/2005.**

Normativa del Codice del Consumo su pratiche ingannevoli od aggressive

Per completezza di esposizione, si trascrivono di seguito le principali norme dettate dal Codice del Consumo D.LGS 206/2005 e succ mod. che interessano l'attività della collection e che CREDIT REPORT rispetta, comprendendole ad ogni effetto nel presente Codice Etico.

Sezione I

Pratiche commerciali ingannevoli

Art. 21. Azioni ingannevoli

1. E' considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o e' idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o piu' dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o e' idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:.....

a) l'esistenza o la natura del prodotto;

b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilita', i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori,

c) la portata degli impegni del professionista, i motivi della pratica commerciale ...

f) la natura, le qualifiche e i diritti del professionista o del suo agente, quali l'identita', il patrimonio, le capacita', lo status, il riconoscimento, l'affiliazione o i collegamenti e i diritti di proprieta' industriale, commerciale o intellettuale o i premi e i riconoscimenti;

g) i diritti del consumatore, incluso il diritto di sostituzione o di rimborso ai sensi dell'articolo 130 del presente Codice.

2. E' altresì considerata ingannevole una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, induce o e' idonea ad indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso e comporta:

a) una qualsivoglia attivita' di commercializzazione del prodotto che ingenera confusione con i prodotti, i marchi, la denominazione sociale e altri segni distintivi di un concorrente, ivi compresa la pubblicita' comparativa illecita;

...

Art. 22. Omissioni ingannevoli

1. E' considerata ingannevole una pratica commerciale che nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, nonche' dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, omette informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e induce o e' idonea ad indurre in tal modo il consumatore medio ad assumere una



CREDIT REPORT S.r.l.
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

2. Una pratica commerciale e' altresì considerata un'omissione ingannevole quando un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti di cui al comma 1, tenendo conto degli aspetti di cui al detto comma, o non indica l'intento commerciale della pratica stessa qualora questi non risultino già evidente dal contesto nonché quando, nell'uno o nell'altro caso, ciò induce o e' idoneo a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

3. Qualora il mezzo di comunicazione impiegato per la pratica commerciale imponga restrizioni in termini di spazio o di tempo, nel decidere se vi sia stata un'omissione di informazioni, si tiene conto di dette restrizioni e di qualunque misura adottata dal professionista per rendere disponibili le informazioni ai consumatori con altri mezzi.

4. Nel caso di un invito all'acquisto sono considerate rilevanti, ai sensi del comma 1, le informazioni seguenti, qualora non risultino già evidenti dal contesto:

a) le caratteristiche principali del prodotto in misura adeguata al mezzo di comunicazione e al prodotto stesso;

b) l'indirizzo geografico e l'identità del professionista, come la sua denominazione sociale e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale egli agisce;

c) il prezzo comprensivo delle imposte o, se la natura del prodotto comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;

d) le modalità di pagamento, consegna, esecuzione e trattamento dei reclami qualora esse siano difformi dagli obblighi imposti dalla diligenza professionale;

e) l'esistenza di un diritto di recesso o scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

5. Sono considerati rilevanti, ai sensi del comma 1, gli obblighi di informazione, previsti dal diritto comunitario, connessi alle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicità o la commercializzazione del prodotto.

Art. 23. Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli

1. Sono considerate in ogni caso ingannevoli le seguenti pratiche commerciali:

a) affermazione non rispondente al vero, da parte di un professionista, di essere firmatario di un codice di condotta;

b) esibire un marchio di fiducia, un marchio di qualità o un marchio equivalente senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione;

c) asserire, contrariamente al vero, che un codice di condotta ha l'approvazione di un organismo pubblico o di altra natura;

d) asserire, contrariamente al vero, che un professionista, le sue pratiche commerciali o un suo prodotto sono stati autorizzati, accettati o approvati, da un organismo pubblico o privato o che sono state rispettate le condizioni dell'autorizzazione, dell'accettazione o dell'approvazione ricevuta;

e) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo senza rivelare l'esistenza di ragionevoli motivi che il professionista può avere per ritenere che non sarà in grado di fornire o di far fornire da un altro professionista quei prodotti o prodotti equivalenti a quel prezzo entro un periodo e in quantità ragionevoli in rapporto al prodotto, all'entità della pubblicità fatta del prodotto e al prezzo offerti;

...

g) dichiarare, contrariamente al vero, che il prodotto sarà disponibile solo per un periodo molto limitato o che sarà disponibile solo a condizioni particolari per un periodo di tempo molto limitato, in modo da ottenere una decisione immediata e privare i consumatori della possibilità o del tempo sufficiente per prendere una decisione consapevole;

....

n) formulare affermazioni di fatto inesatte per quanto riguarda la natura e la portata dei rischi per la sicurezza personale del consumatore o della sua famiglia se egli non acquistasse il prodotto;

q) affermare, contrariamente al vero, che il professionista è in procinto di cessare l'attività o traslocare;

aa) dichiarare o lasciare intendere, contrariamente al vero, che il professionista non agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, o presentarsi, contrariamente al vero, come consumatore;

Sezione II

Pratiche commerciali aggressive

Art. 24. Pratiche commerciali aggressive

1. E' considerata aggressiva una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento, limita o e' idonea a limitare considerevolmente la



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

liberta' di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induce o e' idonea ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

Art. 25. Ricorso a molestie coercizione o indebito condizionamento

1. Nel determinare se una pratica commerciale comporta, ai fini del presente capo, molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica, o indebito condizionamento, sono presi in considerazione i seguenti elementi:

- a) i tempi, il luogo, la natura o la persistenza;*
- b) il ricorso alla minaccia fisica o verbale;*
- c) lo sfruttamento da parte del professionista di qualsivoglia evento tragico o circostanza specifica di gravita' tale da alterare la capacita' di valutazione del consumatore, al fine di influenzarne la decisione relativa al prodotto;*
- d) qualsiasi ostacolo non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista qualora un consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di cambiare prodotto o rivolgersi ad un altro professionista;*
- e) qualsiasi minaccia di promuovere un'azione legale ove tale azione sia manifestamente temeraria o infondata.*

Art. 26. Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive

In vigore dal 13 giugno 2014

1. Sono considerate in ogni caso aggressive le seguenti pratiche commerciali:

- a) creare l'impressione che il consumatore non possa lasciare i locali commerciali fino alla conclusione del contratto;*
- b) effettuare visite presso l'abitazione del consumatore, ignorando gli inviti del consumatore a lasciare la sua residenza o a non ritornarvi, fuorché nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale;*
- c) effettuare ripetute e non richieste sollecitazioni commerciali per telefono, via fax, per posta elettronica o mediante altro mezzo di comunicazione a distanza, fuorché nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale, fatti salvi l'articolo 58 e l'articolo 130 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196;*
-*
- f) esigere il pagamento immediato o differito o la restituzione o la custodia di prodotti che il professionista ha fornito, ma che il consumatore non ha richiesto, salvo quanto previsto dall'articolo 66-sexies, comma 2;*
- g) informare esplicitamente il consumatore che, se non acquista il prodotto o il servizio saranno in pericolo il lavoro o la sussistenza del professionista;*

4.5.4 - Regali e benefici

Si veda precedente capitolo 4.5.2

Codice Etico – Sezione 5 – “Meccanismi applicativi del Codice Etico”

5.1	Principi organizzativi
5.2	Trasparenza della contabilità
5.3	Controlli e verifiche
5.3.1	Vigilanza in materia di attuazione del Codice Etico
5.3.2	Segnalazione di problemi o di sospette violazioni
5.3.3	Provvedimenti disciplinari conseguenti alle violazioni
5.4	Incarico da pubblico servizio
5.5	Riservatezza
5.6	Diffusione, comunicazione e formazione
5.7	Procedure operative e protocolli decisionali
5.8	Sistema delle deleghe



5.1 - Principi organizzativi

CREDIT REPORT assicura che il sistema organizzativo sia fondato sul criterio di separazione tra chi decide, chi esegue e chi controlla. In particolare, l'organizzazione rende tutte le operazioni verificabili perché registrate.

L'azienda vincola coloro che svolgono la funzione di revisione alla veridicità e correttezza dei dati e delle informazioni.

Ogni operazione e/o attività deve essere lecita, autorizzata, coerente, documentata, verificabile, in conformità al principio di tracciabilità ed alle procedure aziendali secondo i criteri di prudenza e a tutela degli interessi aziendali.

Le procedure aziendali devono consentire l'effettuazione di controlli sulle operazioni, sui processi autorizzativi e sull'esecuzione delle operazioni medesime.

Ogni collaboratore che effettua operazioni aventi come oggetto somme di denaro, beni o altre utilità economicamente valutabili come appartenenti all'azienda deve fornire ragionevolmente le opportune evidenze al fine di consentire la verifica delle suddette operazioni.

5.2 - Trasparenza della contabilità

La contabilità dell'azienda risponde ai principi generalmente accolti di verità, accuratezza, completezza e trasparenza del dato registrato. I destinatari del presente Codice Etico si impegnano ad astenersi da qualsiasi comportamento, attivo o omissivo, che violi direttamente o indirettamente i principi normativi e/o le procedure interne che attengono la formazione dei documenti contabili e la loro rappresentazione all'esterno

I destinatari del presente Codice Etico sono altresì tenuti a conservare e rendere disponibile, per ogni operazione o transazione effettuata, adeguata documentazione di supporto al fine di consentirne:

- **L'accurata registrazione contabile**
- **L'immediata individuazione delle caratteristiche e delle motivazioni sottostanti**
- **L'agevole ricostruzione formale e cronologica**
- **La verifica del processo di decisione, autorizzazione e realizzazione, in termini di legittimità, coerenza e congruità nonché l'individuazione dei vari livelli di responsabilità**

I destinatari del presente Codice Etico che vengano a conoscenza di casi di omissione, falsificazione o trascuratezza nelle registrazioni contabili o nelle documentazioni di supporto sono tenuti a riferirne tempestivamente al proprio superiore ovvero alla Direzione Generale.

L'azienda promuove la formazione e l'aggiornamento al fine di rendere edotti i destinatari del presente Codice Etico in ordine alle regole (norme di legge o di regolamento, prescrizioni interne, disposizione delle associazioni di categoria) che presiedono alla formazione ed alla gestione della documentazione contabile.

5.3 - Controlli e verifiche

L'azienda garantisce la disponibilità, attraverso le persone competenti, a fornire tutte le informazioni e la visione dei documenti, e richieste necessarie agli organi di revisione e di controllo.

L'azienda garantisce l'accessibilità a tutte le informazioni ed ai documenti agli aventi diritto e fornisce, attraverso la disponibilità dei propri amministratori e dipendenti, responsabili per la loro funzione, tutte le informazioni che favoriscono l'esercizio delle funzioni di vigilanza.

L'organizzazione vieta ai propri amministratori e dipendenti e/o collaboratori di rendere dichiarazioni false piuttosto che la presentazione di documenti falsi o attestanti situazioni non vere, anche attraverso sistemi informatici, con lo scopo di percepire indebitamente fondi pubblici e/o ottenere e mantenere eventuali agevolazioni

5.3.1 - Vigilanza in materia di attuazione del Codice Etico

Il compito di verificare l'attuazione e l'applicazione del Codice Etico ricade su:



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)

Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

- **Consiglio di Amministrazione**
- **Executive Board**
- **Internal Auditor**
- **Auditor: quest'organo, in particolare, oltre a monitorare il rispetto del Codice Etico, avendo a tale fine accesso a tutte le fonti di informazione dell'azienda, suggerisce gli opportuni aggiornamenti del Codice stesso, anche sulla base di segnalazioni ricevute dal personale**

5.3.2 - Segnalazione di problemi o di sospette violazioni

Le violazioni al Codice Etico, eventualmente poste in essere dai destinatari, sono soggette al **sistema disciplinare aziendale, il cui documento è già stato affisso e reso noto al personale.**

Si precisa, infatti, che in caso di violazioni al Codice Etico, l'azienda adotta nei confronti dei responsabili delle violazioni stesse, laddove ritenuto necessario per la tutela degli interessi dell'organizzazione, provvedimenti disciplinari che possono giungere fino all'allontanamento dall'azienda dei responsabili medesimi oltre al risarcimento dei danni eventualmente derivati dalle violazioni.

L'inosservanza delle norme del Codice Etico da parte dei membri degli organi sociali può comportare l'adozione, da parte degli organi sociali competenti, delle misure più idonee previste e consentite dalla legge.

Le violazioni delle norme del Codice Etico da parte del personale dipendente costituiscono un inadempimento delle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro, con ogni conseguenza contrattuale e di legge, anche con riferimento alla rilevanza delle stesse quale illecito disciplinare.

Le violazioni commesse dai fornitori e collaboratori esterni saranno sanzionabili in conformità a quanto previsto nei relativi incarichi contrattuali, salvo più rilevanti violazioni di legge.

Particolare attenzione viene data al trattamento dei dati informatici attraverso i sistemi interni: qualsiasi problema e sospetta violazione deve essere subito comunicata al responsabile dei servizi informatici e/o alla Direzione Generale per le azioni del caso.

5.3.3 - Provvedimenti disciplinari conseguenti alle violazioni

Le disposizioni del presente Codice Etico sono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dal personale nonché dai soggetti aventi relazioni d'affari con l'azienda.

La violazione dei principi e dei comportamenti indicati nel Codice Etico compromette il rapporto di fiducia tra l'azienda e gli autori della violazione, siano essi amministratori, dipendenti, consulenti, collaboratori, clienti o fornitori.

In generale, le violazioni saranno perseguite nei seguenti termini:

- **Per quanto concerne i dipendenti (ivi compresi membri degli organi sociali) attraverso provvedimenti disciplinari adeguati, indipendentemente dall'eventuale rilevanza penale dei comportamenti e dall'instaurazione di un procedimento penale nei casi in cui le condotte costituiscano reato. In particolare, le sanzioni saranno conformi alle regole ed alle logiche del contratto di lavoro applicato. I provvedimenti disciplinari vanno dal richiamo o ammonizione alla sospensione senza retribuzione, alla retrocessione e, nei casi più gravi, al licenziamento. Prima dell'assunzione di un provvedimento disciplinare, all'interessato viene data la possibilità di spiegare il suo comportamento**
- **Per quanto riguarda consulenti, collaboratori, clienti, fornitori ed altri soggetti aventi rapporti contrattuali con l'azienda, verranno attivate modalità specifiche di risoluzione del rapporto contrattuale.**

È fatto salvo, inoltre, l'eventuale risarcimento dei danni di cui l'azienda dovesse soffrire per effetto della violazione da parte dei soggetti di cui sopra, delle prescrizioni contenute nel Codice Etico.

Qualora venga accertata una o più delle violazioni indicate al paragrafo precedente, in ragione della sua gravità ed eventuale reiterazione, sono comminati, sulla base degli specifici CCNL di categoria applicati, i seguenti provvedimenti disciplinari:

- **Richiamo verbale**
- **Ammonizione scritta**
- **Multa non superiore all'importo di quattro ore di retribuzione**
- **Sospensione dal lavoro e dalla retribuzione fino ad un massimo di 10 giorni**



▪ Licenziamento senza preavviso

La irrogazione delle sanzioni disciplinari avverrà nel rispetto delle norme procedurali di cui all'art. 7 Legge 300/1970 e di cui al vigente CCNL, secondo un principio di proporzionalità (in base alla gravità della violazione e tenuto conto della recidiva)

In particolare, il tipo e l'entità di ciascuna delle sanzioni sopra richiamate, saranno applicate, in relazione:

- All'intenzionalità del comportamento o grado di negligenza, imprudenza o imperizia con riguardo anche alla prevedibilità dell'evento
- Al comportamento complessivo del lavoratore con particolare riguardo alla sussistenza o meno di precedenti disciplinari del medesimo, nei limiti consentiti dalla legge
- Alle mansioni del lavoratore
- Alla posizione funzionale delle persone coinvolte nei fatti costituenti la mancanza
- Alla violazione di norme, leggi e regolamenti interni della Società

Alle altre particolari circostanze che accompagnano la violazione disciplinare

5.4 - Incarico da pubblico servizio

L'azienda, nel caso di svolgimento di attività di pubblico servizio, applica i seguenti comportamenti:

- **Rispetto dei principi di imparzialità, tipico della Pubblica Amministrazione**
- **Non accettazione di benefici, denaro ed utilità**
- **Non accettazione di influenze illegittime da parte di terzi**
- **Evitare conflitti di interesse dei propri incaricati**

5.5 - Riservatezza

I destinatari sono tenuti ad osservare la massima riservatezza su informazioni, documenti, studi, iniziative, progetti, contratti, conosciuti per le prestazioni svolte.

L'azienda pone in atto le misure per tutelare le informazioni gestite ed evitare che esse siano accessibili a personale non autorizzato.

5.6 - Diffusione, comunicazione e formazione

Il presente Codice Etico è portato a conoscenza di tutti i soggetti interni ed esterni interessati o comunque coinvolti dalla missione dell'azienda mediante apposite attività di comunicazione e formazione.

5.7 - Procedure operative e protocolli decisionali

Allo scopo di prevenire violazioni delle normative vigenti, nonché del Codice Etico stesso, l'azienda prevede l'adozione di procedure specifiche da parte di tutti coloro che intervengono nel processo operativo, finalizzate all'identificazione dei soggetti responsabili dei processi di decisione, autorizzazione e svolgimenti delle operazioni stesse

Codice Etico – Sezione 6 – “Disposizioni finali”

6.1 Conflitti con il Codice Etico

6.2 Iter di approvazione e modifiche

6.1 - Conflitti con il Codice Etico

Nel casi in cui anche una sola delle disposizioni del presente Codice Etico dovesse entrare in conflitto con le disposizioni previste nei



CREDIT REPORT S.r.l
Con socio unico
Via Cisa Sud 168/A - 19037
Santo Stefano di Magra(Sp)
Gestione crediti ed investigazioni

CODICE ETICO

Rev 01

Pag 44

data

09/10/2017

regolamenti interni o nelle procedure, il Codice Etico prevarrà su qualsiasi di queste disposizioni.

6.2 - Iter di approvazione e modifiche

Il presente Codice Etico è stato originariamente approvato dal CdA aziendale alla seguente data.

Data di approvazione Codice Etico

09 ottobre 2017

Ogni variazione e/o integrazione del presente Codice Etico sarà approvata dal CdA e diffusa tempestivamente a tutti i destinatari dello stesso.

CREDIT REPORT SRL a SU

Il Presidente del CDA

All:

Buone Prassi Forum Unirec: CODICE DI CONDOTTA

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017



CODICE DI CONDOTTA PER I PROCESSI DI GESTIONE E TUTELA DEL CREDITO

Le Associazioni sottoscrittrici: UNIREC UNIREC è l'Unione Nazionale Imprese a Tutela del Credito.

Aderisce a CONFINDUSTRIA Servizi Innovativi e Tecnologici ed è membro di FENCA, la Federazione Europea delle Associazioni Nazionali delle Imprese di recupero Crediti. Il suo sviluppo associativo è iniziato nel 1998, anno della fondazione.

UNIREC è il punto di riferimento per gli operatori del settore. Essa si pone, tra i suoi obiettivi, la diffusione di una “cultura bilaterale del recupero crediti”, ovvero una cultura che racchiuda le idee delle Imprese e delle Associazioni dei Consumatori.

UNIREC, inoltre, promuove una formazione costante dei propri iscritti che possa contribuire fattivamente alla veicolazione delle buone prassi del settore. Le Associate UNIREC si impegnano a garantire professionalità ed etica nello svolgimento dei propri mandati, sottoscrivono un severo Codice Deontologico e formano i propri Collaboratori sulla corretta applicazione delle norme che regolamentano il settore.

Il Collegio dei Probiviri è l'organismo di UNIREC che ha il compito di valutare con rigore ed imparzialità tutte le richieste di ammissione all'Associazione, nonché di verificare il possesso ed il mantenimento dei requisiti di “professionalità” ed “onorabilità” per i Soci di vecchia e nuova ammissione.

L'Organo ha anche il compito di valutare con equità le eventuali controversie tra Associati, anche in relazione al rapporto con Consumatori e Committenti.

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

L'elenco aggiornato delle aziende aderenti, può essere visionato sul sito www.unirec.it.

UNIREC è un'Associazione, indipendente e apartitica, costituita per dare voce e volto al settore delle Imprese a tutela del credito.

Nell'ambito del suo Statuto, tra le finalità salienti dell'Associazione, si evidenziano:

- promozione nella società e presso le Aziende associate di valori sociali, civili e imprenditoriali propri di una libera società in sviluppo;
- promozione presso le Istituzioni, le organizzazioni economiche, politiche, sociali e culturali di forme di collaborazione che consentano di perseguire in comune più vaste finalità di progresso;
- garanzia di professionalità e correttezza delle Imprese associate.

Nel perseguimento degli scopi associativi, UNIREC adotta dei Regolamenti ed un Codice di Condotta, ai quali sono ispirate le modalità organizzative e comportamentali alla cui osservanza sono impegnati tutti gli Associati.

Il Codice di Condotta ha come principi fondanti: requisiti di onorabilità e professionalità per l'Associato e per i propri dirigenti e collaboratori, formazione e buone prassi.

ADICONSUM

Adiconsum è un'associazione di consumatori con quasi 150.000 iscritti costituita nel 1987 su iniziativa della CISL, presente su tutto il territorio nazionale, con oltre 250 sedi di assistenza, dislocate a livello regionale, provinciale e locale.

Adiconsum negozia e concerta condizioni di tutela individuale e collettiva dei consumatori, realizzando una costante attività di monitoraggio dei vari settori di consumo.

Adiconsum lavora in stretta sinergia con le Istituzioni e le Authority sia

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp)			
	<u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		CODICE ETICO	
			Rev 01	Pag 44
			data	09/10/2017

nazionali che europee, oltre a collaborare con le maggiori Associazioni di rappresentanza nazionali ed internazionali ponendo al centro del proprio agire: Informazione; Formazione; Assistenza; Concertazione; Negoziazione; Conciliazione paritetica dei contenziosi tra consumatori e aziende. L'attività svolta dall'associazione riguarda i seguenti settori: assicurazioni, sicurezza stradale, risparmio energetico, sostenibilità ambientale, trasporti, credito e risparmio, poste, telecomunicazioni e nuove tecnologie (tv digitale, banda larga, internet), contratti, vendite fuori e dentro i locali commerciali, turismo, commercio, alimentazione, fisco e tributi, auto.

A livello nazionale Adiconsum è membro del CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti), del Forum del Terzo Settore, di Consumer's Forum, del Forum della Finanza sostenibile, di Next ed è socio ordinario di IMQ (Istituto per il marchio di qualità). Adiconsum è anche l'unica associazione consumatori ad aver ottenuto il riconoscimento del Ministero del Tesoro per la gestione **del Fondo prevenzione usura per le famiglie.**

A livello internazionale Adiconsum è coordinatore per l'Italia del Centro europeo del consumatore (ECC-NET Italia); collabora con le Direzioni Generali dell'Unione europea; coopera con le maggiori associazioni consumatori europee ed extraeuropee.

Adiconsum collabora ad uno scambio di esperienze con numerosi partner, europei ed italiani, avviando importanti campagne di informazione e studi, iniziative di ricerca, informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori, per rispondere al bisogno di promuovere un consumo consapevole, critico e socialmente responsabile, creando le premesse per la diffusione di una matura e forte cultura di consumerismo sociale.

CITTADINANZATTIVA

Cittadinanzattiva onlus è un movimento di partecipazione civica che opera in Italia e in Europa per la promozione e la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori. Fondata nel 1978, è riconosciuta dal Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (presso il Ministero dello Sviluppo Economico) dal

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

2000.

Cittadinanzattiva è presente in Italia con 21 segreterie regionali, oltre 250 assemblee locali e con più di 100.000 iscritti.

Cittadinanzattiva è presente in Europa con la rete Active Citizenship Network che raccoglie circa 100 Associazioni distribuite in 27 Paesi. Gli obiettivi associativi di Cittadinanzattiva sono concentrati nella difesa dei cittadini, prevenendo ingiustizie e sofferenze inutili; nell'attivazione di coscienze ed impegni sociali volti a migliorare la qualità della vita dei cittadini; nella promozione della partecipazione e dell'attivismo civico come leva per il cambiamento sociale.

Gli ambiti prevalenti di intervento, nei quali Cittadinanzattiva persegue i suoi obiettivi, sono: la salute, la giustizia, la scuola e la formazione alla cittadinanza attiva, le politiche dei consumatori e la cittadinanza d'impresa. Con particolare attenzione alle politiche dei consumatori, Cittadinanzattiva si impegna con l'obiettivo di delineare un nuovo approccio al ruolo di consumatori ed utenti: un ruolo che tende a superare una logica di "delega" della propria responsabilità da parte del cittadino favorendo, invece, un suo pieno coinvolgimento nell'accessibilità, sostenibilità, qualità e cura dei servizi.

Cittadinanzattiva si impegna inoltre nella promozione di forme di governance in cui soggetti pubblici e non esercitino responsabilità per la cura dell'interesse generale, lavorando per favorire la definizione partecipata delle politiche in ambiti con forte impatto sulla qualità della vita dei cittadini come i servizi pubblici locali. Tale approccio si basa sul riconoscimento di un ruolo attivo di tutti gli stakeholder, in primis del cittadino, intendendo l'esercizio di tale ruolo in linea con il principio di sussidiarietà orizzontale, come riconosciuto dall'art. 118 u.c. della nostra Costituzione, nel quale trova perfetta aderenza la missione dell'Associazione.

FEDERCONSUMATORI

La **Federconsumatori**, costituita nel 1988 con il contributo della Cgil, è un'associazione *senza scopo di lucro* che ha come obiettivi prioritari

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>			
			CODICE ETICO	
			Rev 01	Pag 44
			data	09/10/2017

l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito anche esperti di consumerismo operanti nell'ambito dell'università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori.

La **Federconsumatori** è un ente di Promozione Sociale.

La **Federconsumatori** è presente su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di sportelli per fornire assistenza e consulenza a tutti i cittadini. Possono accedere agli sportelli e alle sedi dell'associazione tutti i consumatori indistintamente. Gli operatori degli sportelli svolgono soprattutto un'attività di informazione dei consumatori, dei loro diritti, delle leggi vigenti e delle azioni da intraprendere per risolvere i loro problemi.

I servizi di informazione, consulenza ed assistenza sono espletati da esperti qualificati. Il consumatore che lo desidera può associarsi alla Federconsumatori ed usufruire del relativo servizio di sportello versando una quota fissa annua. Per specifici interventi di natura tecnico- legale dovranno essere corrisposte spese ed onorari di spettanza dei professionisti indicati dalla Federconsumatori, che applicheranno gli onorari minimi previsti dai rispettivi ordini professionali.

La **Federconsumatori**, che già da venti anni opera con competenza e professionalità nella difesa dei diritti dei consumatori, ha promosso molteplici iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, a diversi livelli: locale, nazionale ed europeo.

L'associazione collabora con istituzioni comunitarie e nazionali:

Commissione europea per le politiche dei consumatori, Parlamento europeo, il Comitato economico e sociale, i Ministeri, il Cnel, la Commissione di garanzia legge n. 146/90, le Regioni, le Provincie, i Comuni e le Camere di commercio.

MOVIMENTO CONSUMATORI Movimento Consumatori (MC) è

un'associazione autonoma e indipendente, senza fini di

lucro, nata nel 1985 per tutelare i diritti dei consumatori.

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>			
			CODICE ETICO	
			Rev 01	Pag 44
			data	09/10/2017

Movimento Consumatori è iscritto al registro delle associazioni di promozione sociale (APS) e aderisce alla Federazione A.R.C.I. E' membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, e collabora con diverse realtà del terzo settore con lo scopo di costruire una rete condivisa di promozione dei diritti di cittadinanza.

La struttura organizzativa conta più di 60 sezioni in tutta Italia.

Movimento Consumatori ha messo a disposizione dei cittadini anche un servizio innovativo di consulenza on line: lo Sportello del Consumatore ha l'obiettivo di estendere l'assistenza anche ai cittadini che non possono recarsi presso le sedi dell'associazione e semplifica i tempi di gestione delle controversie, grazie a team di esperti di ogni settore.

MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

Il **Movimento Difesa del Cittadino** (MDC) è un'Associazione di Consumatori che si occupa della difesa dei diritti dei cittadini. E' nata a Roma nel 1987, è indipendente da partiti e sindacati e ha l'obiettivo di promuovere la tutela dei consumatori, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa, prestando assistenza e tutela tramite esperti.

Movimento Difesa del Cittadino è membro, insieme ad altre sedici Associazioni dei Consumatori, del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico e di Consumers' Forum. E' un'Associazione di Promozione Sociale riconosciuta dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ed è iscritta al registro delle Associazioni che svolgono attività contro le discriminazioni presso l'Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali (UNAR).

Premessa.

Il presente Codice di Condotta, redatto ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 bis

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

del Codice del Consumo, impegna le Imprese a tutela del credito (di qui in avanti più semplicemente “Professionisti”) nonché le Associazioni sottoscrittrici al rispetto delle disposizioni in esso contenute.

L’adozione del Codice di Condotta mira a promuovere il dialogo tra Professionisti e Consumatori che non abbiano adempiuto alle proprie obbligazioni, sicché tutti gli attori coinvolti nei processi di tutela del credito possano operare sulla base di regole certe e condivise. Ai sensi di quanto previsto dall’art. 27 bis del Codice del Consumo le norme ivi

Riconosciuta anche dalla Direzione generale della salute e della tutela del consumatore (DG SANCO) della Commissione Europea, fa parte della Consulta delle associazioni dei Consumatori e dei Produttori sulla sicurezza alimentare presso il Ministero della Salute.

Movimento Difesa del Cittadino collabora con Legambiente e con le principali associazioni di consumatori; è presente in diverse sedi istituzionali, comitati, commissioni, arbitrati, osservatori e forum.

Movimento Difesa del Cittadino realizza campagne informative e offre, attraverso gli oltre 100 sportelli e sedi dislocate in 19 regioni, consulenza e assistenza a tutela dei consumatori, promuovendo la conciliazione come strumento stragiudiziale delle controversie tra gli utenti e le aziende. MDC si avvale di esperti che curano le attività associative e si occupano di tematiche specifiche per la difesa dei consumatori

5

IL CODICE DI CONDOTTA PER I PROCESSI DI GESTIONE E TUTELA DEL CREDITO



	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

contenute si pongono quale obiettivo anche la “protezione dei minori” e la “salvaguardia della dignità umana”.

Prevalentemente i processi di gestione del credito prevedono:

- contatti telefonici tra incaricati dell’impresa Professionista e Consumatori/Debitori;
 - comunicazioni di natura epistolare o telematica;
 - contatti tra incaricati del servizio “domiciliare” e Consumatori/Debitori che hanno luogo, generalmente, presso la residenza del Consumatore;
 - procedure giudiziali, seguite dal Professionista per il tramite dei propri legali di riferimento, sulla base di un formale incarico ricevuto dai Creditori/Committenti. Se, da un lato, l’ambito giudiziale è presidiato dal Codice Civile, dal Codice del Consumo e dalle altre normative di settore, nonché regolamentato dai competenti Codici di rito, dall’altro, lo scopo del presente Codice di Condotta è garantire che, nello svolgimento delle attività stragiudiziali di gestione del credito, venga salvaguardato l’equilibrio tra i diritti delle Parti.
- CAPO I Principi generali ART. 1 – Doveri di Terzietà 1.** Il Professionista incaricato del recupero crediti per conto dei Committenti/Creditori ai sensi dell’art. 115 TULPS 1931 deve relazionarsi con il Consumatore/Debitore o suoi delegati preservando un ruolo di mera intermediazione. **2.** Posto che all’atto dell’affidamento delle posizioni debitorie è il Creditore/Committente a garantire la certezza ed esigibilità del credito, il professionista si impegna a sospendere l’attività qualora il Consumatore/Debitore compri la pendenza di una “*contestazione del credito*” come definita all’art. 2 e secondo le modalità ivi indicate. Le Imprese tenute al rispetto del presente Codice si impegnano comunque a sensibilizzare i Creditori/Committenti in ordine ai principi in esso contenuti. **ART. 2 – Gestione delle contestazioni e dei reclami 1.** Ai fini del presente Codice di Condotta:

- per “*contestazione del credito*” deve intendersi l’opposizione avanzata in forma scritta dal Consumatore/Debitore direttamente nei confronti del Creditore/Committente, avente ad

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp)			
	<u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		CODICE ETICO	
			Rev 01	Pag 44
			data	09/10/2017

oggetti elementi strettamente attinenti al rapporto di credito ed estranea alle condotte poste

in essere dal Professionista;

- - per *“reclamo”* deve intendersi l’obiezione avanzata in forma scritta dal Consumatore/Debitore in ordine alle procedure di gestione del credito realizzate dal Professionista;
- - per *“procedura di conciliazione”* deve intendersi qualsiasi procedura di risoluzione alternativa di una controversia riconosciuta dal Creditore/Committente ovvero disciplinata dalla legge. Qualunque forma scelga il Consumatore/Debitore per i propri rilievi, purchè scritta, è compito del Professionista ricondurre i medesimi ad una delle predette categorie e trattarli ai sensi dei punti 2 e 3 seguenti. **2.** Qualora il Consumatore/Debitore compri documentalmente la pendenza di una *“contestazione del credito”* o di una *“procedura di conciliazione”*, il Professionista deve sospendere ogni attività, trasmettere al Creditore/Committente la documentazione raccolta ed attendere indicazioni sulla fondatezza o meno dei rilievi ed istruzioni in ordine alla eventuale prosecuzione delle procedure affidate. **3.** La ricezione di un *“reclamo”* in forma scritta, nell’accezione di cui precedente punto 1, impone al Professionista di fornire adeguato e puntuale riscontro al Consumatore/Debitore in ordine alla correttezza del proprio operato ed al rispetto del presente Codice di Condotta. **7**

4. Il Professionista non può sostituirsi al Consumatore/Debitore nell’anticipazione delle somme dovute, e non può pretendere il pagamento di importi ulteriori rispetto a quelli indicati dalla società committente o con essa formalmente concordati.

5. Il Professionista non può sollecitare il Consumatore/Debitore ad assumere impegni più gravosi di quelli che il medesimo documenti di poter sostenere.

ART. 3 – Registro dei Reclami e delle Contestazioni 1. Il Professionista deve

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>			
			CODICE ETICO	
			Rev 01	Pag 44
			data	09/10/2017

curare ed aggiornare, in cartaceo o tramite strumenti informatici, un

Registro dei “*Reclami*” e delle “*Contestazioni del credito*” in cui siano conservati:

a) i documenti prodotti dal Consumatore/Debitore a *contestazione* delle pretese del Creditore/Committente o dell’attività posta in essere dagli incaricati del Professionista durante i processi di gestione del credito;

b) i possibili riscontri forniti al Consumatore/Debitore in risposta ai *reclami* ed alle *contestazioni ricevute*.

CAPO II Il trattamento dei dati nella gestione dei crediti

ART. 4 – La liceità del trattamento 1. Il Professionista deve cercare un confronto diretto con il Consumatore/Debitore e

accertarne, volta per volta, per quanto gli sia possibile, l’identità.

2. Qualora il Consumatore/Debitore non risulti reperibile ai recapiti forniti dalla Cliente/Committente, il Professionista è legittimato alla consultazione di fonti terze. Nell’acquisizione di ulteriori dati rispetto a quelli trasferiti dal Creditore/Committente, tuttavia, il Professionista deve evitare di comunicare, ingiustificatamente, informazioni relative alla condizione di inadempimento nella quale versa l’interessato ad individui estranei rispetto all’obbligazione oggetto di mandato.

3. Ai sensi di quanto previsto **dal Dlgs 196/03 nonchè** dall’Autorità Garante per il Trattamento dei Dati Personali con Provvedimento del 30 novembre 2005 è vietato comunicare “*ingiustificatamente*” a terzi informazioni relative allo stato d’inadempimento in cui versa il Consumatore/Debitore allo scopo di esercitare sul medesimo “*indebite pressioni*”¹.

4. Il Professionista, pertanto, non può confrontarsi con soggetti terzi, estranei al rapporto contrattuale, se non per legittimi motivi e sempre con l’esclusione dei minori.

5. Si considera effettuata per legittimi motivi:

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

- a) la comunicazione di informazioni riservate a terzi i quali si dimostrino già a conoscenza delle circostanze oggetto di mandato e si rendano disponibili a definire la posizione per conto del Consumatore/Debitore assente (circostanza piuttosto comune in relazione a quei debiti – bollette, ratei di mutuo, crediti al consumo – che avendo una forte connotazione familiare, molto spesso, sono assunti, conosciuti e gestiti anche dai prossimi congiunti della parte che ha formalmente assunto l’obbligazione);
- b) la comunicazione di informazioni riservate a terzi che si dichiarino espressamente delegati dal Consumatore/Debitore a gestire le sue vicende contrattuali.

6. Qualunque contatto con soggetti formalmente estranei rispetto all’obbligazione oggetto di mandato, in ogni caso, può avere luogo unicamente:

- a) in via sussidiaria, considerata l’irreperibilità del Consumatore/Debitore;

¹“Chiunque effettui un trattamento di dati personali nell’ambito dell’attività di recupero crediti deve osservare il principio di liceità nel trattamento: tale precetto è violato dal comportamento (attuato da taluni operatori economici) consistente nel comunicare ingiustificatamente a soggetti terzi rispetto al debitore (quali, ad esempio, familiari, coabitanti, colleghi di lavoro o vicini di casa), informazioni relative alla condizione di inadempimento nella quale versa l’interessato (comportamento talora tenuto per esercitare indebite pressioni sul debitore al fine di conseguire il pagamento della somma dovuta)” – Art. 2, comma 1 Provvedimento Garante Privacy 30 Novembre 2005.

-
- b) preservando sempre la dignità e l’onorabilità del Consumatore/Debitore stesso.

ART. 5 – La pertinenza e la finalità del trattamento 1. Possono formare oggetto di trattamento i soli dati strettamente necessari all’esecuzione dell’incarico.

2. Una volta portato a termine l’incarico, il Professionista deve avere cura di conservare i dati raccolti durante il processo di gestione del credito al solo fine di adempiere agli obblighi di legge su di esso gravanti o per relazionare, in caso di reclamo/contestazione, nel merito dell’attività compiuta.

CAPO III La correttezza delle prassi commerciali

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

ART. 6 – Principi comuni 1. Gli incaricati del Professionista, durante i contatti con il Consumatore/Debitore, non

possono:

a) utilizzare titoli mendaci o toni minacciosi atti a generare indebita pressione; b) prospettare conseguenze irreali o inapplicabili al caso di specie (es. distacchi di utenze non

previsti da contratto; iscrizione di ipoteche su crediti irrisori, ecc.).

Art. 7 - I contatti telefonici

1. Il Professionista deve avere cura di istruire i propri incaricati affinché i contatti telefonici con il Consumatore/Debitore siano improntati a buona educazione e rispetto, che non vengano reiterati in maniera petulante ed aggressiva e che siano, in ogni caso, finalizzati ad instaurare un percorso di confronto concordato in merito alle cause dell'insolvenza e alle possibili soluzioni.

2. Il Professionista deve fissare una soglia massima in merito al numero e alla frequenza delle telefonate. Il parametro di riferimento ai fini della definizione della suddetta soglia, *salvo diverso accordo* con il Consumatore/Debitore, è costituito dalle telefonate di tipo *outbound* a seguito delle quali si realizzi un effettivo colloquio tra le parti. Nello specifico, le predette soglie sono indicate come segue:

a) nell'arco della medesima giornata, salvo diversi accordi, può svolgersi al massimo *un colloquio effettivo* col debitore a seguito di attività *outbound*.

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>			
			CODICE ETICO	
			Rev 01	Pag 44
			data	09/10/2017



b) nell'arco della medesima settimana, salvo diversi accordi, possono svolgersi al massimo *tre colloqui effettivi* col debitore a seguito di attività *outbound*.

3. Gli incaricati del Professionista, salvo diversi accordi con il Debitore/Consumatore, anche in relazione a particolari esigenze manifestate esplicitamente da quest'ultimo, non possono effettuare contatti telefonici durante le festività nazionali ed in orari diversi dai seguenti: 8.30-21.00 dal lunedì al venerdì;

8.30-15.00 il sabato; Gli incaricati dovranno porre particolare attenzione ai contatti effettuati in prossimità dell'inizio e del termine delle fasce orarie sopra indicate. Qualora il Consumatore/Debitore facesse richiesta di essere contattato in uno specifico giorno o orario, anche diversi da quelli indicati nel presente Codice, sarà compito del Professionista rispettare tali volontà e regolarsi di conseguenza.

4. Il Professionista deve avere cura di garantire che i contatti telefonici tra i suoi incaricati ed il Consumatore/Debitore non vengano reiterati in maniera petulante. A tal proposito, nei confronti dei propri incaricati, il Professionista si impegna a:

- - somministrare periodicamente interventi formativi aventi ad oggetto le principali normative di settore, il Codice del Consumo, le cosiddette "buone prassi", nonché il contenuto del presente Codice di Condotta e dei Provvedimenti emessi dalle Autorità competenti;
- - fornire adeguate istruzioni, nello svolgimento dell'attività, allo scopo di evitare il concretizzarsi di condotte scorrette. **ART. 8 – I contatti epistolari/digitali 1.** Il Professionista può inviare comunicazioni ed intimazioni di pagamento scritte - per mezzo di posta ordinaria, elettronica, raccomandata o per il tramite del competente ufficiale giudiziario - il cui contenuto sia concordato con le parti Committenti o, in assenza di specifico

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>			
			CODICE ETICO	
			Rev 01	Pag 44
			data	09/10/2017

accordo, dal medesimo deciso autonomamente. **2.** I testi prodotti, in ogni caso, devono adeguarsi ai seguenti principi:

- a) nelle comunicazioni epistolari che contengono richieste di pagamento, deve essere fornita la causale e il dettaglio delle somme richieste, specificandone le singole componenti (capitale, interessi, spese accessorie);
- b) devono essere indicate le conseguenze dell'eventuale protrarsi dello stato d'inadempimento secondo criteri di trasparenza, correttezza e coerenza rispetto a quanto previsto contrattualmente o normativamente;
- c) devono essere indicate con la massima chiarezza le modalità di pagamento;
- d) devono contenere una clausola di cortesia del seguente tenore: *“Qualora abbia già saldato il Suo debito, consideri nulla la presente e, al solo fine di permettere l'allineamento contabile della Sua posizione, per evitare ulteriori rilevazioni d'insolvenza, voglia cortesemente documentare l'avvenuto pagamento delle fatture, inviando copia della relativa ricevuta [...]”*;

e) devono contenere termini ad adempiere non inferiori a 10 giorni; f) non devono essere presenti riferimenti che richi amino indebitamente pubbliche

amministrazioni, esattorie, l'Amministrazione Giudiziaria.

3. Per quanto riguarda le comunicazioni elettroniche (e-mail, fax e sms, ecc.), salvo che i recapiti utilizzati non siano forniti direttamente dall'avente diritto proprio allo scopo di ricevere informazioni inerenti lo svolgimento del rapporto obbligatorio, devono essere rispettati i seguenti principi:

- a) le comunicazioni elettroniche contenenti il dettaglio della posizione debitoria e/o le coordinate ove effettuare il pagamento, assolvendo solo a uno scopo informativo in favore dell'obbligato, sono inviate unicamente in accordo con il medesimo. Inoltre, l'invio di tali comunicazioni non può essere ingiustificatamente ripetitivo;
- b) per le comunicazioni elettroniche contenenti una richiesta di contatto, deve essere fissata una soglia numerica, consistente in un *massimo di quattro richieste di contatto inviate nell'arco di un mese*. Salvo che il recapito utilizzato non sia stato fornito dal Debitore/Consumatore anche allo scopo di ricevere comunicazioni sullo svolgimento del rapporto, le comunicazioni elettroniche contenenti richieste di contatto non possono essere utilizzate altresì come sistema di primo sollecito di

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

pagamento.

ART. 9 – I contatti domiciliari

1. Il Professionista deve avere cura di istruire i propri incaricati affinché i contatti domiciliari con il Consumatore/Debitore siano improntati a buona educazione e rispetto, che non vengano reiterati in maniera petulante ed aggressiva e che siano, in ogni caso, finalizzati ad instaurare un percorso di confronto concordato in merito alle cause dell’insolvenza e alle possibili soluzioni. A tal proposito, nei confronti dei propri incaricati del servizio domiciliare, il Professionista si impegna a:

- - somministrare, periodicamente, interventi formativi aventi ad oggetto le principali normative di settore, il Codice del Consumo, le cosiddette “buone prassi”, nonché il contenuto del presente Codice di Condotta e dei Provvedimenti emessi dalle Autorità competenti;
- - fornire adeguate istruzioni, all’atto del conferimento dell’incarico e durante il suo svolgimento, allo scopo di evitare il concretizzarsi di condotte scorrette;
- - tenere traccia del numero di visite effettuate e del loro esito. **2.** Qualora l’incaricato documenti il proprio tentativo di contatto “domiciliare” recapitando una comunicazione scritta, non potrà rendere visibili esternamente alla lettera (busta e/o lettera pinzata) riferimenti espliciti alle ragioni della comunicazione, così da non ledere la dignità del Debitore/Consumatore dinnanzi a soggetti terzi. **3.** La comunicazione recapitata a domicilio di cui al precedente punto 2, in ogni caso, deve indicare:

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017



- a) nome e cognome dell'incaricato, precisando altresì i riferimenti del Professionista;
- b) il soggetto creditore ed il motivo della visita;
- c) un recapito telefonico da contattare per eventuali richieste di chiarimenti e/o informazioni.

4. Gli incaricati del Professionista, salvo diversi accordi con il Debitore, anche in relazione a particolari esigenze manifestate esplicitamente da quest'ultimo, non possono effettuare visite al domicilio durante le festività nazionali ed in orari diversi dai seguenti: 8.30-21.00 dal lunedì al venerdì;

8.30-15.00 il sabato; Gli incaricati dovranno porre particolare attenzione ai contatti domiciliari effettuati in prossimità dell'inizio e del termine delle fasce orarie sopra indicate. Qualora il Consumatore/Debitore facesse richiesta di essere contattato in uno specifico giorno o orario, anche diversi da quelli indicati nel presente Codice, sarà compito del Professionista rispettare tali volontà e regolarsi di conseguenza.

5. Il Professionista, tramite i propri incaricati, non può effettuare visite sul posto di lavoro del Consumatore/Debitore se non in accordo con il medesimo. Il contatto sul luogo di lavoro è possibile laddove sia il Consumatore/Debitore a farne richiesta o qualora il relativo indirizzo sia stato dal medesimo fornito contrattualmente come recapito utile al contatto.

CAPO IV La risoluzione delle controversie

ART. 10 – Competenza del FORUM UNIREC-CONSUMATORI

1. Le Associazioni ed i Professionisti che sottoscrivono il presente Codice di Condotta, ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 ter del Codice del Consumo, si impegnano a devolvere al FORUM UNIREC-CONSUMATORI la risoluzione delle controversie che dovessero insorgere tra Professionisti e

	CREDIT REPORT S.r.l Con socio unico Via Cisa Sud 168/A - 19037 Santo Stefano di Magra(Sp) <u>Gestione crediti ed investigazioni</u>		
		CODICE ETICO	
		Rev 01	Pag 44
		data	09/10/2017

Consumatori/Debitori².

2. Le controversie di cui al precedente punto 1, sono affidate alle procedure di Conciliazione Paritetica del FORUM UNIREC-CONSUMATORI, secondo quanto previsto dal Regolamento di Conciliazione che viene allegato al presente Codice Di Condotta e ne rappresenta parte essenziale ed integrante.

² Il 18 giugno 2014, UNIREC (Unione Nazionale Imprese a Tutela del Credito) ha ufficialmente costituito la Fondazione FORUM UNIREC- CONSUMATORI, di cui fanno parte Adiconsum, Cittadinanzattiva, Federconsumatori, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino. Il FORUM, che rappresenta un luogo di dialogo strutturato tra imprese a tutela del credito e consumatori, ha tra le sue principali finalità:

l'osservazione costante dei rapporti tra Consumatorie Professionisti, in relazione ai servizi di gestione e recupero del credito; l'educazione dei consumatori, nell'ottica di un accesso consapevole agli strumenti finanziari; stimolare la riflessione sulla funzione economico-sociale del recupero crediti e la diffusione delle cosiddette "buone prassi"; la creazione di idonei strumenti di conciliazione atti a dirimere le controversie e eventualmente in sortire tra Consumatorie Professionisti.

3. Il ricorso alle procedure di Conciliazione Paritetica di cui al precedente punto 2 è effettuato in via preventiva rispetto a qualunque altra iniziativa di natura contenziosa o giudiziaria, ivi compresi i procedimenti descritti all'art. 27 del Codice del Consumo.

4. In ogni caso, al termine della procedura di conciliazione, qualunque ne sia l'esito, è fatto salvo il diritto delle parti di agire giudizialmente per la tutela dei diritti che ritenessero violati.

Roma, 6 maggio 2015

**UNIREC ADICONSUM CITTADINANZATTIVA
 FEDERCONSUMATORI MOVIMENTO CONSUMATORI MOVIMENTO DIFESA DEL
 CITTADINO**

FONDAZIONE
 FORUM UNIREC-CONSUMATORI

Viale Pasteur, 10
 00144 Roma

T. +39 06 59 23 346
 F. +39 06 45 43 26 12

W. www.forum-unirec-consumatori.it
 M. info@forum-unirec-consumatori.it

C.F. 97802870580