

## **CODICE ETICO E REGOLAMENTO**

### **Regolamento interno rapporti tra azienda e dipendenti.**

#### **PREMESSE GENERALI**

- a) Ogni Destinatario deve conoscere i principi e i contenuti del presente CODICE ivi incluse le procedure di riferimento regolanti il processo di controllo sulla sua corretta applicazione; pertanto è fatto obbligo in capo ai destinatari di comunicare alla Direzione eventuali fatti, situazioni e atti di cui sono venuti a conoscenza che possano comportare violazione delle disposizioni del presente Codice, astenendosi a condurre indagini personali e impegnandosi a riportare le notizie acquisite ai diretti superiori.
- b) I Destinatari sono pregati di prendere visione degli articoli che disciplinano il Regolamento ed apporre ad ogni pagina la propria firma per accettazione di quanto disciplinato. In caso di diniego il contratto si ritiene nullo.
- c) principi e i contenuti del Codice Etico costituiscono parte integrante ed essenziale degli obblighi contrattuali assunti da tutti i Destinatari e, pertanto, la violazione ovvero la mancata osservanza dei medesimi Destinatari del presente Codice Etico potrà costituire illecito disciplinare per i Dipendenti, Collaboratori e Fornitori, con le derivanti conseguenze sanzionatorie anche ai sensi di legge.

## 1. DESTINATARI DEL CODICE ETICO

I principi e i contenuti nel presente Codice Etico devono essere seguiti e applicati, senza eccezione alcuna, da tutti coloro che direttamente o indirettamente e stabilmente o temporaneamente, sono coinvolti nello svolgimento dell'attività dell'IFIT Wellness e Beauty (Azienda) e suoi collegati.

In particolare, con il termine "Destinatari" s'intendono i:

- "Dipendenti ": tutti coloro che sono legati all'Azienda da un rapporto di lavoro subordinato, indipendentemente dalla qualifica ovvero dall'inquadramento ricoperto all'interno della struttura aziendale;
  - "Collaboratori ": tutti i soggetti che sono legati all'Azienda da altri rapporti di lavoro derivanti, a titolo meramente esemplificativo, da contratti di franchising, contratti di collaborazione, di prestazione professionali, accordi di consulenza e/o assistenza, etc.;
  - "Fornitori": tutti gli altri partner commerciali e altri soggetti che forniscono all'Azienda beni o servizi (agenti, fornitori, appaltatori, etc.);
- Membri degli Organi Sociali.

## 2. OBBLIGHI DEI DESTINATARI

Tutti i Destinatari devono considerare il pieno rispetto delle norme del Codice Etico come parte integrante e sostanziale delle obbligazioni assunte nei confronti dell'Azienda.

E' per questa ragione che i principi e i contenuti del presente Codice Etico devono essere promossi e rispettati, negli ambiti di rispettiva competenza, da tutti i Destinatari che sono chiamati dall'Azienda a rappresentare anche con il proprio comportamento un esempio per i propri collaboratori, indirizzandoli all'osservanza e al rispetto del Codice Etico.

In particolare, i Destinatari sono tenuti a:

- conoscere e osservare i principi e i contenuti del Codice Etico in relazione alle specifiche funzioni ricoperte, uniformandosi anche alle altre disposizioni e procedure interne (es. Regolamento Aziendale);
- contribuire attivamente all'attuazione dello stesso Codice, anche cooperando con gli organismi di controllo in relazione ad eventuali indagini di violazioni, comunque nel rispetto dell'obbligo di riservatezza;
- segnalare alle strutture competenti (tra cui, l'Organismo di Vigilanza/ Club Manager) presunte e potenziali violazioni del Codice Etico.

L'Azienda auspica una particolare collaborazione da parte di coloro che, all'interno della struttura aziendale, ricoprono posizioni dirigenza e comunque di management i quali sono

tenuti a svolgere una funzione di guida ed esempio per tutti gli altri Destinatari, nella consapevolezza dell'importanza che il rispetto del Codice Etico ha nella vita aziendale.

### 3) RAPPORTI CON I TERZI ALL'INTERNO DELL'AZIENDA

#### A. Clienti/Associati e Consumatori

Comprendere le necessità dei propri Clienti, realizzarne le richieste e soddisfarne le esigenze costituiscono gli obiettivi primari dell'Azienda, che ha costruito il proprio dipartimento di assistenza clienti sulla base del principio volto esclusivamente alla cura e alla gestione personalizzata e tempestiva delle richieste di ogni suo Cliente.

La mission dell'Azienda è mettere in pratica quotidianamente i valori condivisi dall'intero TEAM: divertimento, innovazione, ottimo rapporto qualità/prezzo, servizio clienti eccellente e sfida agli schemi ("challenge the norms"), attraverso esperienza, strumenti, empatia, flessibilità di comportamento, energia, presenza, personalizzazione e educazione che sono e devono necessariamente essere condivisi e praticati da tutto lo staff dell'Azienda all'interno dei luoghi operativi.

In particolare, L'Azienda s'impegna a rispettare il diritto dei consumatori e ad assicurare che sia dato un rapido riscontro ai consigli e ai reclami provenienti dai propri Clienti che sono coinvolti attivamente nel processo di verifica e valutazione della qualità dei servizi offerti, nell'ottica di un rapporto di leale e costruttiva collaborazione volta a individuare con efficacia la soluzione più appropriata.

### 4. ANTIRICICLAGGIO E ATTIVITA' ILLECITE

L'Azienda condanna e reprime qualsiasi forma d'impiego di denaro contante (fatta eccezione per le spese di "piccola cassa") o altri strumenti finanziari al portatore per qualunque operazione d'incasso, pagamento, trasferimento fondi, impiego o altro utilizzo di disponibilità finanziarie e vieta espressamente l'utilizzo di conti correnti o libretti di risparmio in forma anonima o con intestazione fittizia.

In ogni caso, L'Azienda condanna l'utilizzo anche di altri beni e utilità di provenienza comunque illecita o criminale, ivi compreso il riciclaggio.

I Destinatari del Codice Etico sono tenuti al rispetto di tutte le disposizioni, nazionali e internazionali, relative al riciclaggio ed è fatto loro espresso divieto di svolgere, ovvero di consentire ad altri di svolgere, attività criminali e comunque illecite; a tal fine, prima di stabilire relazioni professionali, tutti i Destinatari sono tenuti a verificare preventivamente, anche attraverso la raccolta delle informazioni finanziarie necessarie, la rispettabilità, la

buona reputazione e la legittimità delle controparti di compiere operazioni da parte dei soggetti interessati.

L'Azienda non accetta e condanna fermamente tutte le forme di attività aventi finalità terroristiche e/o di tipo mafioso e/o che abbiano come finalità l'eversione dell'ordine democratico; pertanto, è fatto espresso divieto a tutti i Destinatari di porre in essere qualsiasi atteggiamento e comportamento comunque connesso ad attività illecite, ad attività in contrasto con la consuetudine dei rapporti quotidiani della società italiana ed internazionale, qualsiasi atteggiamento o comportamento in genere fuorviante la pacifica convivenza.

## 5. COMUNICAZIONI E RELAZIONI CON L'AZIENDA/CLIENTI NELLA MANSIONE DI RECEPTIONIST/ ACCOGLIENZA/ MARKETING

- Leggere, inoltrare alla dirigenza, rispondere, dopo averne data comunicazione alla dirigenza, alle mail ricevute da terzi utilizzando i canali di comunicazione aziendale.
- Non intrattenere rapporti di qualsiasi natura con fornitori, ex collaboratori o soggetti concorrenziali all'attività economico- sportiva durante l'orario lavorativo e comunque nei luoghi aziendali.
- Ritirare la posta relativa alle sole fatture acquisti.
- Non sono autorizzati utilizzi di apparecchiature quali telefoni cellulari, *tablet* o collegamenti da mail private o pagine social private durante la permanenza nei *clubs*
- Bisogna attenersi scrupolosamente agli orari concordati dal contratto sottoscritto oltre alle eccezionali esigenze straordinarie verificatesi per assenze personali, organizzazioni eventi, o comunque ogni evento che possa essere in coerenza con lo Statuto societario. Non si riconoscono straordinari se non autorizzati e richiesti in forma scritta.
- Non sono autorizzati cambi orario se non preventivamente comunicati ed autorizzati dal Club Manager in forma scritta.
- Nel caso di cambio turno è vietato abbandonare il luogo di lavoro se non si è provveduto alle consegne con altro dipendente/collaboratore.
- Presentarsi nel luogo di lavoro almeno quindici minuti prima del turno per consentire il passaggio di consegne

- La rotazione del sabato e domenica prevista nel proprio rapporto di lavoro deve essere rispettata. In caso di assenza sarà addebitato l'importo sostenuto per la parte eccedente il proprio trattamento economico che l'azienda sostiene per sostituzione con altro personale straordinario.
- E' richiesta, senza retribuzione straordinaria, la presenza nelle iniziative promozionali sia interne sia esterne e nelle riunioni con l'azienda.

## 6.CUSTODIA SORVEGLIANZA E MANTENIMENTO DEL DECORO DEL LUOGO DI LAVORO

- Il club deve essere perfettamente funzionante pertanto ogni dipendente deve vigilare, sia all'inizio del turno sia durante il servizio, affinché tutte le aree operative, ivi comprendessi gli spogliatoi, siano perfettamente funzionanti e in ottimo stato nel rispetto di una scrupolosa igiene e pulizia dei locali. Nel caso ci siano delle irregolarità da parte del personale addetto si è tenuti a rimuoverle direttamente se non è possibile ricorrere al personale addetto alla manutenzione e pulizia.
- I fornitori autorizzati in eventuali interventi sono elencati nell'albo fornitore e devono essere registrati nell'apposito Registro Fornitori.
- Non sono ammessi ingressi all'interno del club da parte di fornitori o persone non iscritte nel registro "WALK IN".
- I luoghi di lavoro devono essere mantenuti in ottimo stato d'igiene provvedere a mantenere l'ordine e la pulizia nel proprio desk/ufficio sala operativa.
- Sorvegliare che tutte le aree del Club ivi compreso le sale operative siano pulite. In caso contrario IL PERSONALE presente è invitato a provvedere alla rimozione di eventuali elementi di disordine.
- Comunicare tramite impianto voce, i ritrovamenti di oggetti preziosi e affiggere le comunicazioni nelle bacheche ufficiali.
- Le bacheche ufficiali saranno segnalate dalla Direzione. Non sono ammesse affissioni di comunicazioni luoghi diversi da quelli previsti.
- Le comunicazioni devono essere affisse almeno dieci giorni prima e comunque per i primi tre giorni annunciate attraverso l'impianto voce ogni quaranta minuti o, all'occorrenza, nei momenti di maggiore frequenza.

- Le lezioni musicali devono essere annunciate attraverso l'impianto voce dieci minuti prima dell'inizio indicando l'orario e il nome dell'insegnante e saranno subordinate al costante controllo della numerosità di partecipazione per ogni lezione trascritta nel registro presenze.

## 7.RAPPORTI CON CLIENTI/SOCI

- Non sono ammessi ingressi nelle aree interne allo spazio delimitato dal tornello di ingresso o dai cancelli perimetrali la struttura se non con l'utilizzo della tessera di ingresso, o comunque con una autorizzazione ad opera del dirigente di riferimento per ingressi di clienti provenienti da altri Club Ifit. L'apertura manuale deve essere limitata ai casi di forza maggiore ( periodo in attesa di consegna badge, o sostituzione tessera di ingresso già consegnato) e deve necessariamente essere segnalata su un elenco inviato via mail giornalmente alla direzione.
- Ogni segnalazione da parte dei clienti deve obbligatoriamente essere comunicata per iscritto alla dirigenza e rimossa in tempi brevi.
- Non sono ammesse deroghe a quanto prevede il regolamento soci sia in termini di scadenze pagamenti QUOTE ASSOCIATIVE che in termini di concessioni benefici o riduzioni abbonamenti. In caso di divergenze con i listini indicati dalla direzione, saranno addebitate eventuali differenze al personale che ha promosso tali eccezioni.
- Scoraggiare i clienti a sostare in aree di passaggio.
- Nel caso si verificano episodi diffamanti nei confronti dell'azienda da parte di terzi il personale di turno è tenuto a far abbandonare il club.
- Mantenere un atteggiamento di tutela dell'immagine dell'azienda. Nel caso di disappunti o contrasti dei clienti o terzi interrompere immediatamente la disputa e invitare a comunicare con la dirigenza previo appuntamento.
- Non è possibile transitare, durante il servizio proprio o di colleghi, in luoghi di lavoro o nel desk reception.
- Le trattative commerciali sono condotte negli uffici/aree preposti. Nel caso di trattative commerciali con i clienti nei luoghi di accoglienza, reception, il personale non addetto non è autorizzato alla sosta per motivi di tutela della privacy.

- Ogni Destinatario deve conoscere i principi e i contenuti del presente codice ivi incluse le procedure di riferimento regolanti il processo di controllo sulla sua corretta applicazione; pertanto è fatto obbligo in capo ai destinatari di comunicare alla Direzione eventuali fatti, situazioni e atti di cui sono venuti a conoscenza che possano comportare violazione delle disposizioni del presente Codice, astendendosi a condurre indagini personali e impegnandosi a riportare le notizie acquisite ai diretti superiori.

## **8.UTILIZZO DELLA STRUTTURA DA PARTE DEL PERSONALE**

- Il personale che intende utilizzare il club per allenamenti personali beneficia di una riduzione del 40% di sconto
- Il personale tecnico in servizio che intenda utilizzare la struttura per allenamento può farlo entro le ore 10 e dopo le ore 20.30. Sono previste eccezioni se autorizzate dalla DIREZIONE GENERALE.

## **9.VENDITA PACCHETTI PRIVATI (PT)**

- Il personale amministrativo/marketing dovrà “vendere” almeno cinque IFIT PACK costituiti da tre ore di sedute con Personal Training, o Personal Beauty. Non è autorizzato nessun rapporto diretto tra Personal Training e personale amministrativo/commerciale se non autorizzato dalla DIREZIONE GENERALE.
- Gli inviti all’interno del club come ingressi gratuiti devono essere autorizzati dalla DIREZIONE GENERALE o dal CLUB MANAGER in forma scritta o con la consegna di appositi coupon . E’ previsto l’ingresso sporadico subordinato al pagamento di euro 20,00 (===venti====) a titolo di “rimborso spese utilizzo per l’utilizzo della struttura” e dovrà essere registrato con allegato modulo di scarico di responsabilità oltre alla dichiarazione dell’idoneità all’attività motoria non agonistica.
- Le prove gratuite devono essere programmate e gestite direttamente da personale tecnico e amministrativo al fine di promuovere le attività ed i servizi.