



IL CODICE ETICO DI AMAPOLA

Una premessa necessaria

Abbiamo sempre guardato con un po' di diffidenza i codici etici che abbiamo incrociato negli anni. Chi mai direbbe di non seguire i principi di legalità, correttezza, onestà, integrità? Chi mai dichiarerebbe di infischiarci della riservatezza dei dati, di dimenticarsi della dignità delle persone e di storcere il naso di fronte alla diversità? Insomma, è davvero necessario dire delle ovvietà?

Ma ci è sorto un dubbio: non è che la nostra sia una specie di "puzza sotto il naso", figlia di una pericolosa deriva a metà strada tra arroganza e pressapochismo? Ma sì, è proprio così. Non dobbiamo dare per scontato nulla, tanto meno nei confronti di noi stessi.

Vorremmo allora che la stesura di questo codice etico fosse un momento di riflessione per mettere a terra chi siamo e, in alcuni casi, per aggiustare il tiro, con un lavoro di condivisione e collaborazione tra tutti noi amapolers (così ci chiamiamo tra di noi) e i nostri stakeholder più vicini. Non solo: pensiamo che mettere il codice etico nero su bianco ora, dopo essere diventati società benefit, inserisca questa scelta in un percorso più ampio, che meglio definisce la nostra identità.

Ecco, inteso così, il codice etico prende una forma concreta e, speriamo, utile.

CHI SIAMO

Facciamo vivere la sostenibilità

Partiamo dall'inizio. Amapola è un'agenzia di comunicazione e relazioni pubbliche, specializzata in strategie e progetti di sostenibilità economica, ambientale e sociale. Una scelta di posizionamento che abbiamo fatto dalla nostra nascita, nel 2009, proponendoci come il partner di consulenza e comunicazione delle imprese che scelgono la sostenibilità come valore strategico. Da fine 2021 siamo anche società benefit, un percorso che ha coinvolto tutte e tutti in agenzia, dalla definizione dei nostri obiettivi di beneficio comune fino all'operatività diretta nei singoli progetti benefit. Timone del nostro beneficio comune è il Consiglio d'Impatto, da statuto composto solo da under 36, una scelta per alcuni versi "politica": ci affidiamo alle generazioni più giovani e alla loro indubbia capacità di farci strada verso uno sviluppo più sostenibile.

La dimensione etica del business, come testimonia il nostro percorso, è per Amapola un aspetto basilare, che si declina all'interno, nei confronti di tutte le nostre persone, e all'esterno, in relazione a clienti, fornitori, istituzioni, media, ambiente, territorio e comunità.

Più che di *mission* e *vision* (che poi sempre di quello si parla: sopravvivere, cercando di godersi il viaggio e di generare nel percorso più impatti positivi che negativi), preferiamo parlare di quello che facciamo e di come lo facciamo. Il nostro obiettivo ultimo potrebbe essere sintetizzato nell'espressione "**far vivere la sostenibilità**". Perché è vero che la sostenibilità va agita e compiuta, ma crediamo anche che vada condivisa, raccontata, nutrita, fatta vivere con passione, costanza e intensità. Da questa convinzione prende forma ogni nostra consulenza, ogni strategia e progetto portato avanti, per noi e per gli altri.

Perché questo sia possibile, l'interpretazione di "comunicazione" in cui ci riconosciamo è quella originaria di "messa in comune": di messaggi, informazioni e significati, certo, ma anche e soprattutto di valori, per dare forma a discussioni, confronti, saperi, cultura.

TRE VALORI CHE RACCHIUDONO IL NOSTRO AGIRE

Sono tre i valori che ci rappresentano, ci ispirano, ci guidano. Anche qui, nulla di calato dall'alto, ma il risultato di un momento di confronto tra tutte le persone che fanno parte della nostra realtà.

ECCELLENZA

→ *La ricerca dell'eccellenza è un percorso che affrontiamo con passione, competenza, entusiasmo*

CURA

→ *Cura delle persone, delle relazioni e dei dettagli. Attenzione e gentilezza ispirano il nostro agire*

CONDIVISIONE

→ *Generiamo valore attraverso la condivisione di idee, saperi, significati e obiettivi*

Tutte le norme di comportamento e i principi contenuti in questo codice etico fanno riferimento e tornano sempre al quadro valoriale entro cui ci muoviamo e ci riconosciamo.

IL CODICE ETICO

Il codice etico che state leggendo è il documento redatto da Amapola e condiviso con tutto il team, con lo scopo di definire le norme etiche che ci guidano e i comportamenti che mettiamo in atto, sia a livello di impresa, sia come singole persone, nella pratica quotidiana e nelle nostre relazioni.

Chi applica il codice etico e come ne diffondiamo la conoscenza

Rispettare il codice etico è compito e dovere di tutte le persone che fanno parte di Amapola - soci, dipendenti, collaboratori - senza alcuna differenza di ruolo, seniority, sede, tipo di contratto. Il documento, che è espressione di norme di comportamento adottate da tutto il nostro team, è condiviso internamente tramite l'invio del PDF via mail, il suo caricamento sulla repository d'agenzia, la pubblicazione sul sito www.amapola.it e la costante azione di comunicazione interna, che ha l'obiettivo di suscitare dibattito sul tema. Il codice etico è un documento dinamico e ogni proposta di miglioramento e modifica viene presa in carico dal consiglio direttivo e dal comitato d'impatto. Copia del documento viene data a tutte le persone neoassunte, agli stagisti e ai tirocinanti. Ai fornitori viene inviata al momento dell'apertura della relazione commerciale.

Per tutti gli altri stakeholder esterni, il codice etico è disponibile sul sito dell'agenzia. Il documento è inoltre condiviso direttamente con tutti i nuovi clienti, in fase di registrazione amministrativa e formalizzazione del contratto.

Le basi - altrimenti dette “il minimo necessario”

Amapola e tutte le persone che compongono l'agenzia agiscono secondo i principi di correttezza, integrità, onestà, legalità, riservatezza, nei confronti di tutti gli stakeholder (sì, anche i competitor). Un minimo e necessario fondamento del vivere civile, a cui aggiungiamo l'impegno a essere sempre trasparenti, rispettosi della diversità e promotori dell'inclusione, responsabili rispetto al nostro impatto su ambiente, persone e comunità, aperti alla condivisione di esperienze, conoscenze e idee, ispirati alla gentilezza in tutte le nostre relazioni, attivi nella diffusione della cultura della sostenibilità, aggiornati rispetto alle regole etiche e alle migliori norme di comportamento del settore della comunicazione.

Ci ispiriamo nel nostro agire a importanti riferimenti nazionali e internazionali:

- La Dichiarazione dei Diritti Umani delle Nazioni Unite e la Convenzione Europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo.
- La Costituzione Italiana.
- L'Agenda 2030 e i 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite.
- Codici Etici e di comportamento di riferimento per la nostra professione: il Codice Internazionale di Etica (Codice di Atene) adottato da CERP – Confédération Européenne des Relations Publiques e da IPRA – International Public Relations Association - comprese le successive derivazioni; il Codice Etico di Global Alliance; il Codice di Autodisciplina IAP.

Sosteniamo, inoltre, in piena sintonia con Global Alliance e FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana), l'inserimento di un 18° Goal tra gli SDGs, dedicato alla comunicazione responsabile.

Nel dettaglio

In relazione alle nostre persone

Per Amapola il vero valore di un'azienda sono le persone, con le loro diversità, esperienze, sensibilità, storie. Crediamo che il confronto sia un elemento di crescita e un'esperienza di profondo arricchimento, personale e professionale: accogliere e integrare le diversità, mettersi in ascolto, aprirsi alla condivisione non ci rende solo persone migliori ma anche professionisti migliori.

- Nella nostra agenzia ci impegniamo a sostenere i principi di inclusione, tutelando e valorizzando le diversità, in riferimento al genere, all'età, alla cultura, all'orientamento sessuale, all'identità e all'espressione di genere, al credo religioso, all'etnia, alla nazionalità, alla salute, alla disabilità. L'agenzia inoltre contrasta ogni tipo di discriminazione al suo interno. L'agenzia e tutte le sue persone si impegnano inoltre a essere “ambasciatori” della diversità e dell'inclusione anche verso l'esterno: questo

include l'uso e la promozione di un linguaggio inclusivo e non discriminatorio nelle nostre interazioni professionali.

- Ci impegniamo a costruire un ambiente di lavoro positivo, aperto alla condivisione di idee ed esperienze, collaborativo, rispettoso e volto alla piena realizzazione delle persone. Questo include possibilità di formazione per il nostro team, assemblee plenarie di confronto e discussione su temi prioritari (andamento dell'agenzia, obiettivi benefit, team building), survey periodiche sulla felicità del team, colloqui individuali annuali per approfondire criticità lavorative, richieste e opportunità professionali.
- La gentilezza è un requisito fondamentale non solo nella relazione con i clienti ma anche nei rapporti tra tutti gli amapolers.
- Rispettiamo il diritto alla disconnessione di ognuno di noi.
- Portiamo avanti il nostro lavoro con grande attenzione alla work-life balance. La flessibilità e lo smart working sono per noi un vero vantaggio competitivo. La gestione del lavoro da remoto va solo condivisa con i referenti della propria area e comunicata in trasparenza tramite il calendario condiviso.
- Poniamo grande attenzione alla nostra comunicazione. Ognuno di noi comunica per nome di Amapola e ognuno di noi deve porre la giusta attenzione a questi aspetti. Ogni persona del team deve comunicare i nostri progetti all'esterno (tramite attività di ufficio stampa, relazioni media, attività social, ADV e quant'altro) con trasparenza e misura, valorizzando i risultati raggiunti ma ancorandoli anche ai passi ancora da compiere.
- Ogni persona della nostra agenzia si impegna a adottare comportamenti responsabili dal punto di vista ambientale: questo include adottare una gestione razionale di acqua ed energia, fare la raccolta differenziata, evitare gli sprechi (per esempio, evitiamo tutte le stampe non necessarie).
- Nessun amapoler è giustificato nell'accettare omaggi a vario titolo durante il suo lavoro.
- Ogni persona in Amapola si impegna a trattare con attenzione e cura le attrezzature e le dotazioni di agenzia.

In relazione ai clienti

Costruire un rapporto di fiducia, lealtà e dialogo reciproci con i nostri clienti è per noi una priorità.

- Il nostro impegno nei confronti dei clienti riguarda innanzitutto la qualità del nostro lavoro: la ricerca dell'eccellenza è uno dei valori in cui Amapola si riconosce in maniera profonda. Questo significa mettere al servizio dei clienti non solo competenza, esperienza, capacità di analisi, ricerca e aggiornamento, ma anche capacità di ascolto, immedesimazione e onestà intellettuale, promuovendo sempre strategie e azioni che crediamo davvero utili per il cliente.
- I rapporti con i clienti sono portati avanti con integrità, correttezza, riservatezza, trasparenza. Teniamo in particolare a questo ultimo punto: dalla definizione delle offerte al project management, dagli aspetti amministrativi al rispetto delle scadenze, comunichiamo con i nostri clienti in termini chiari, comprensibili e accurati. Ci impegniamo inoltre a non omettere mai gli aspetti critici e i possibili rischi di immagine e reputazione e a confrontare le nostre valutazioni con quelle del cliente.

Allo stesso tempo, ci impegniamo a evitare atteggiamenti dogmatici prima di entrare nel merito con i nostri interlocutori.

- Presso i nostri clienti, ci impegniamo nella diffusione della cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale.
- Poniamo grande attenzione all'analisi dell'identità locale dei business dei nostri clienti (anche quelli con più sedi e dimensione internazionale) e alle relazioni con i territori e le comunità di riferimento.
- La nostra consulenza è altamente personalizzata e pertanto non può prescindere dall'ascolto e dalla conoscenza approfondita del nostro cliente.
- Per i compiti e i lavori affidati, Amapola richiede una remunerazione equa e commisurata alla qualità e alla quantità dei servizi offerti, dando evidenza delle risorse attivate.
- La nostra consulenza è portata avanti con precisione e rispetto delle scadenze concordate.

In relazione ai fornitori

Lo abbiamo scritto anche nel nostro statuto di Società Benefit: desideriamo essere il miglior cliente dei nostri fornitori.

- La relazione con i fornitori è portata avanti con correttezza, onestà, integrità. Questo comprende retribuzione equa e precedentemente condivisa, rispetto delle scadenze, chiarezza nei brief e nelle commesse.
- Scegliamo i nostri fornitori in base a qualità e costi, ma anche tenendo in considerazione il rispetto dell'ambiente, delle tematiche sociali e dei diritti umani.
- Valutiamo le varie offerte dei fornitori in maniera equa e trasparente.
- La relazione con i fornitori è improntata al dialogo e all'ascolto: ogni anno curiamo una survey per mappare la loro soddisfazione rispetto alla collaborazione con l'agenzia. E in base ai risultati aggiustiamo il tiro per quanto possibile.
- Le collaborazioni con i fornitori sono improntate alla continuità e alla creazione di sinergie e partnership, se ritenuto opportuno da ambo le parti.
- Siamo attenti alla dimensione locale dei nostri fornitori.

In relazione alle associazioni di categoria e professionali di appartenenza

Amapola e alcune sue persone aderiscono ad associazioni professionali e di categoria (negli ambiti principalmente della sostenibilità e della comunicazione). Ci impegniamo nella collaborazione aperta e costruttiva con i vari network, per la co-progettazione di iniziative in partnership e la condivisione di know-how ed esperienze. Inoltre, ogni nostro rapporto con queste realtà, personale o in nome di Amapola, è portato avanti in ottica di trasparenza, correttezza e integrità, per evitare ogni conflitto d'interesse o condotta non opportuna.

In relazione alle Società Benefit e B-Corp

Amapola si impegna a ricercare sinergie e stimolare collaborazioni con Società Benefit e B-Corp per potenziare l'impatto positivo del comune operare. In particolare, riconosciamo nella forma della Società Benefit il modello imprenditoriale di riferimento per un'economia sostenibile. Partecipiamo attivamente alla diffusione della impostazione benefit anche attraverso l'adesione a associazioni e la partecipazione a eventi divulgativi.

In relazione ai media

Nel nostro lavoro abbiamo spesso a che fare con media - online e offline - e con i giornalisti. Ogni nostro rapporto è improntato al rispetto professionale dei reciproci ruoli, alla collaborazione, alla trasparenza, alla correttezza, alla fiducia, ma soprattutto alla credibilità. Questo include l'impegno a non diffondere non solo informazioni false ma anche parziali, ingannevoli, fuorvianti, fuor di contesto o in qualsiasi altra maniera manipolatorie. Nello svolgimento delle attività per i nostri clienti, riconosciamo sempre la piena libertà degli organi di informazione di pubblicare o meno una notizia, in tutto o in parte. Ci impegniamo inoltre a adeguare il nostro stile e linguaggio in base al medium di riferimento.

In relazione alle Istituzioni

Nei nostri rapporti con le istituzioni guidano le norme di comportamento descritte nel presente codice etico. Anche in ambito istituzionale, il nostro impegno è orientato alla collaborazione, alla diffusione culturale, alla sinergia, alla correttezza, alla trasparenza, al rispetto delle normative in vigore.

In relazione ai competitor

Viviamo il rapporto con i nostri competitor nell'assoluto rispetto per le professionalità altrui e nell'onestà. Osserviamo le normative nazionali ed europee a tutela della libera concorrenza. Non accettiamo il ricorso a pratiche illegali e scorrette.

In relazione a comunità, ambiente e nuove generazioni

Diventare Società Benefit è una scelta di campo. Ci ha aiutato a concretizzare il nostro impegno nei confronti delle persone, delle comunità, dell'ambiente e delle nuove generazioni.

- Abbiamo affinché i nostri impatti sulle persone e sul Pianeta siano, per quanto più possibile, positivi. Questo significa prima di tutto analizzarli, misurarli e adeguare di conseguenza il nostro agire. Lo facciamo ogni anno con il nostro Report d'Impatto.
- Ci occupiamo di comunicazione: mettiamo questa expertise al servizio della cultura della sostenibilità, adoperandoci per la sua diffusione a livello locale e nazionale attraverso attività di formazione pro-bono e partecipazioni pro-bono a eventi di diffusione culturale sulla materia.
- Ci impegniamo su progetti concreti a sostegno delle comunità locali in cui abbiamo sede, che vanno dalla consulenza pro-bono alla microimprenditorialità al sostegno a enti del terzo settore, tramite volontariato aziendale, passando per la formazione sui temi di sostenibilità nelle scuole del territorio.
- Le nuove generazioni ci stanno particolarmente a cuore. Oltre ad aver scelto di farci guidare nel nostro impatto da un Consiglio di under 36 (per statuto), ci adoperiamo attivamente per facilitare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro attraverso progetti in cui mettiamo a servizio le nostre competenze.

- Per quanto possa essere ridotto il nostro impatto ambientale, lo teniamo sotto controllo, cercando sempre nuovi modi per limitarlo ed essere responsabili: spostandoci quanto più possibile in modo pulito ed evitando trasferte non necessarie, digitalizzando il più possibile i documenti, facendo la raccolta differenziata e riducendo la mole dei nostri rifiuti.
- Diamo con continuità voce, attraverso i nostri mezzi, a importanti temi sociali - dalla vita nelle carceri a quella delle persone senza fissa dimora, dai popoli che subiscono la guerra a quelli che combattono la dittatura - che non possono passare sotto silenzio e spegnersi dopo un breve attimo di visibilità.

Osservanza del codice etico e violazioni

Tutte le persone che lavorano in Amapola sono tenute a rispettare il presente codice etico. Compito del consiglio direttivo di Amapola e dei responsabili dei team di lavoro è vigilare sulla sua osservanza, verificando le segnalazioni di violazione e intervenendo nei casi effettivi di violazione.

Tutte le nostre persone possono segnalare in qualsiasi momento ai responsabili dei team di lavoro oppure a uno o più componenti del consiglio direttivo qualsiasi episodio di violazione del codice etico. La segnalazione va fatta per iscritto. Qualora dovessero verificarsi situazioni di questo tipo e la violazione venisse accertata, la procedura prevede un primo richiamo verbale oppure scritto (in base alla gravità dell'episodio), a cui può far seguito un richiamo formale in caso di reiterazione.

Pubblicazione e validità

Questa prima edizione del codice etico di Amapola è in vigore a partire da maggio 2023. Il documento sarà aggiornato ogni qual volta ritenuto opportuno e comunque rivisto con scadenza biennale. Ogni variazione o integrazione deve essere approvata prima dal consiglio direttivo in seduta congiunta con il consiglio di impatto e quindi, in via formale definitiva, dal consiglio di amministrazione.