

Codice di Comportamento Etico

UNINDUSTRIA  PADOVA


GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI

"La Chiesa riconosce la giusta funzione del profitto, come indicatore del buon andamento dell'azienda: quando un'azienda produce profitto, ciò significa che i fattori produttivi sono stati adeguatamente impiegati ed i corrispettivi bisogni umani debitamente soddisfatti. Tuttavia, il profitto non è l'unico indice delle condizioni dell'azienda. È possibile che i conti economici siano in ordine ed insieme che gli uomini, che costituiscono il patrimonio più prezioso dell'azienda, siano umiliati e offesi nella loro dignità. Oltre ad essere moralmente inammissibile, ciò non può non avere in prospettiva riflessi negativi anche per l'efficienza economica dell'azienda. Scopo dell'impresa, infatti, non è semplicemente la produzione del profitto, bensì l'esistenza stessa dell'impresa come comunità di uomini che, in diverso modo, perseguono il soddisfacimento dei loro fondamentali bisogni e costituiscono un particolare gruppo al servizio dell'intera società. Il profitto è un regolatore della vita dell'azienda, ma non è l'unico; ad esso va aggiunta la considerazione di altri fattori umani e morali che, a lungo periodo, sono almeno egualmente essenziali per la vita dell'impresa."

Giovanni Paolo II, enciclica "Centesimus annus"

PREFAZIONE

Oggi la globalizzazione ci pone di fronte nuove sfide per mantenere competitive le nostre imprese.

Il successo si gioca sempre più sulle differenze, sulla capacità di essere ed apparire diversi, se non unici, nei mercati di riferimento.

La competitività si fonda, quindi, sulla reputazione che l'azienda riesce a costruirsi. E una buona reputazione si fonda su valori forti.

Un'indagine presentata in occasione della nostra assemblea del maggio 2003 ha evidenziato un DNA della Piccola e Media Impresa padovana profondamente connotato da valori etici e morali.

L'imprenditore padovano è socialmente responsabile ma non lo comunica: ciò che fa non è pienamente percepito dalla comunità civile.

Per aiutare le aziende associate a colmare questa lacuna comunicativa, abbiamo elaborato il presente Codice di Comportamento Etico. Un documento che formalizza i valori identificativi del nostro stile imprenditoriale nei rapporti con gli stakeholders: la correttezza, l'onestà e il rispetto.

Non è un insieme di regole ma un insieme di valori che guidano l'attività aziendale quotidiana. Uno strumento che coniuga le preoccupazioni sociali ed ambientali con la cultura d'impresa e che deve essere adottato per scelta volontaria.

L'esplicita adesione ai principi in esso enunciati rappresenta un primo passo di un più ampio percorso di Responsabilità Sociale d'Impresa, così come definita dall'Unione Europea. La responsabilità sociale, infatti, non deve essere uno slogan per caricare le imprese di nuovi oneri. Deve crescere liberamente e convivere con il profitto come frutto di un'evoluzione culturale. Il primo dovere etico di un'impresa è la creazione di sviluppo e di ricchezza da ridistribuire.

Ci auguriamo che il Codice rappresenti un mezzo per un nuovo dialogo e confronto tra il mondo imprenditoriale e la società civile. Un patrimonio condiviso su cui costruire un vantaggio competitivo.

Il presente Codice non è stato redatto con l'obiettivo di soddisfare le prescrizioni contenute nel Decreto Legislativo 231/2001.

SOMMARIO

PRINCIPI GENERALI	8
RISORSE UMANE	10
SOCI	12
CLIENTI	14
FORNITORI	16
ISTITUTI FINANZIARI	18
COMUNITÀ CIVILE	20
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	22
AMBIENTE	24
RIFERIMENTI NORMATIVI	26

PRINCIPI GENERALI

Il presente Codice di Comportamento Etico contiene i principi fondamentali che ispirano l'attività aziendale e le relazioni che l'impresa [...] intrattiene con gli stakeholders.

I valori fondanti su cui sono costruiti tali principi sono: Correttezza, Onestà e Rispetto.

Per Correttezza si intende l'osservanza spontanea delle regole della civiltà di riferimento, dell'educazione, della lealtà ed il conseguente rifiuto della menzogna e del tradimento.

Per Onestà si intende l'agire con rettitudine e con giustizia ed in modo coerente con i principi morali comunemente ritenuti validi. Conseguentemente l'Onestà ripudia l'inganno e la dissimulazione sotto qualsiasi forma.

Per Rispetto si intende il riconoscimento dei diritti, del ruolo, della dignità, del decoro di persone o cose e la conseguente astensione al recare loro offesa o danno.

L'applicazione di questi tre valori di riferimento ha come prima fondamentale conseguenza il rispetto assoluto dei principi morali della civiltà occidentale.

In particolare [...] garantisce:

- il pieno rispetto dei diritti umani;
- il ripudio della discriminazione di razza, religione, sesso ed estrazione sociale;
- l'assenza di ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e licenziamento;
- l'astensione dall'utilizzo del lavoro minorile.

In secondo luogo, l'applicazione di detti valori comporta la puntuale osservanza di tutti i regolamenti e di tutte le leggi civili, penali e di settore, nonché il rispetto delle leggi nazionali e dei regolamenti vigenti nelle località ove viene collocato il prodotto o prestatato il servizio.

Infine, l'adozione dei valori fondanti il Codice è coerente con la prima mission sociale di un'impresa: la creazione di valore che ne garantisce durabilità e sviluppo. Il profitto, inteso come remunerazione del rischio d'impresa e dell'organizzazione dei fattori di produzione, non contrasta con i valori etici di riferimento. Al contrario, tra di essi esiste un rapporto di funzionalità reciproca.

Questo Codice considera rilevanti i seguenti portatori d'interesse:

- Risorse Umane,
- Soci,
- Clienti,
- Fornitori,
- Istituti finanziari,
- Comunità civile,
- Pubblica amministrazione,
- Ambiente.

L'azienda si propone di portare a conoscenza del Codice tutti i soggetti sopra elencati, s'impegna al suo periodico aggiornamento e alla predisposizione degli strumenti che ne favoriscano l'applicazione.

Per promuovere la conoscenza, la condivisione e la diffusione dei principi enunciati, l'azienda, s'impegna ad intrattenere con gli stakeholders rapporti trasparenti, chiari ed aperti al dialogo.

RISORSE UMANE

Le risorse umane rappresentano un elemento cruciale per il successo di un'impresa. Le capacità dei singoli individui e il loro grado di coinvolgimento costituiscono un patrimonio intangibile, che non può essere ricostituito in tempi brevi, e uno dei vantaggi competitivi più difficilmente emulabili dai concorrenti.

Il Codice sancisce l'impegno a non discriminare tra le risorse umane in ragione del contratto di lavoro instaurato, sia esso a tempo determinato che indeterminato. Pari considerazione deve inoltre essere garantita a prescindere dalla qualifica, dal ruolo aziendale e dalla mansione svolta.

I rapporti sociali che si creano e si sviluppano in ambito lavorativo influiscono sulla sfera personale ed emotiva di ciascun individuo. L'imprenditore concorre affinché vi sia un clima aziendale sereno che stimoli il dialogo ed il confronto tra i collaboratori, nel rispetto dei doveri lavorativi e delle opinioni personali. È opportuno, inoltre, che siano conciliate le esigenze lavorative con quelle personali, utilizzando gli strumenti di flessibilità introdotti dalla recente riforma e usufruendo delle nuove tecnologie.

Infine, viene posto particolare risalto alla formazione dei dipendenti, strumento necessario per migliorare l'efficacia e l'efficienza del lavoro, ma fondamentale anche per garantire dignità professionale del dipendente all'interno di una "comunità economica" in continua evoluzione.

[...] si impegna:

- a mantenere un comportamento responsabile e coerente anche nelle situazioni critiche, quali ad esempio ristrutturazioni aziendali e fasi di recessione;
- in attività di formazione professionale;
- a promuovere la comunicazione interna attraverso incontri periodici, giornale aziendale, newsletter o e-mail, allo scopo di raccogliere esigenze e proposte da parte di tutti i collaboratori;
- ad adottare politiche di pari opportunità nell'assunzione, nella formazione, nella carriera, facendo del criterio di merito il principio ispiratore nella gestione dei rapporti con il personale;
- ad evitare e disapprovare forme di discriminazione;
- a favorire la costruzione di un clima aziendale sereno;
- a diffondere una cultura della sicurezza, sviluppando una consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutto il personale, al fine di preservarne la salute;
- a rispettare tutte le culture e le religioni, predisponendo azioni che ne favoriscano l'integrazione nella realtà aziendale;
- a facilitare il personale nella conciliazione del tempo di lavoro con il tempo privato utilizzando strumenti di flessibilità tipo part-time, conto ore e agevolazioni di altro tipo;
- ad includere nelle proprie politiche aziendali progetti a favore dell'integrazione dei disabili nel mondo del lavoro;
- a promuovere occasioni d'incontro e conoscenza fra i dipendenti anche al di fuori dell'ambito lavorativo.

SOCI

L'obiettivo primario di ogni impresa è la creazione di valore per la generalità dei propri azionisti. Ciascun amministratore e dipendente orienterà il proprio operato al perseguimento di tale obiettivo.

È fondamentale che a tutti i soci sia garantito il reale esercizio dei diritti derivanti dalla legge e dallo Statuto.

L'esercizio di tali diritti e doveri è reale solo se i soci sono a conoscenza di tutti i fatti aziendali rilevanti e se viene favorita la più ampia condivisione possibile delle scelte tra tutti loro, pur nel rispetto della singola percentuale di partecipazione.

Non è sufficiente che al socio siano fornite informazioni corrette ed esaustive secondo le normative e le prassi contabili: occorre che le stesse siano esposte in modo comprensibile, con dettagli e spiegazioni adeguati alla capacità di lettura di tutta la compagine sociale.

La recente riforma del diritto societario, aumentando la tutela delle minoranze e ampliando l'autonomia statutaria, rende quest'esigenza ancora più stringente.

[...] si impegna:

- a perseguire quale obiettivo primario la creazione di valore per la generalità dei propri azionisti;
- a sviluppare sistemi di controllo interno atti a garantire la correttezza e trasparenza delle registrazioni contabili e finanziarie;
- ad assicurare ai propri azionisti un'informazione costante, tempestiva ed adeguata, per garantire loro la conoscenza dei fatti societari e il reale esercizio della sovranità dell'assemblea;
- a promuovere il dialogo ed il confronto tra gli azionisti per la più ampia condivisione possibile dell'indirizzo strategico.

CLIENTI

La correttezza commerciale è il principio cardine che regola il rapporto con la clientela. Si devono porre in atto tutti gli strumenti necessari per comprenderne le esigenze.

L'offerta di prodotti e servizi deve essere conforme alla reale capacità produttiva e coerente alle reali necessità del cliente.

Il rapporto commerciale non si esaurisce con la consegna del prodotto o l'erogazione del servizio e il conseguente pagamento del corrispettivo. È quindi opportuno ricercare il dialogo e il confronto con il cliente anche nella fase post-vendita.

Il cliente si aspetta costanza di qualità e continuità di produzione. Per mantenere un rapporto onesto, corretto e rispettoso è necessario fornirgli informazioni tempestive su tutti i fatti che possano compromettere la produzione o modificare l'offerta commerciale.

L'azienda, infine, s'impegna a tutelare il principio della concorrenza, non aderendo a cartelli o consorzi che possano pregiudicare il libero mercato.

[...] si impegna:

- ad offrire servizi e prodotti la cui qualità sia garantita ed i cui modi di produzione siano conformi alle normative di settore;
- ad incentivare il dialogo in tutte le forme possibili e predisporre canali di ascolto, quali un numero telefonico o un indirizzo e-mail, per accogliere eventuali proposte, esigenze e richieste;
- a formulare offerte ai clienti che, pur nelle dinamiche competitive, mantengano le caratteristiche di trasparenza e coerenza;
- a verificare la soddisfazione dei propri clienti ed elaborare i dati risultanti per un miglioramento continuo del prodotto e del servizio offerto;
- ad informare tempestivamente i clienti su tutti i fatti aziendali che possano produrre effetti su di loro.

FORNITORI

Il principio della correttezza commerciale è alla base anche del rapporto con i fornitori. La continua ricerca della massima efficienza, della competitività, del miglioramento dei prodotti offerti e del successo di un'impresa non può prescindere da uno stretto rapporto di partnership.

Il prezzo non deve essere l'unico parametro da considerare. Il comportamento etico, la correttezza commerciale, la trasparenza, l'impatto ambientale dei prodotti e dei processi produttivi sono altrettante variabili da tenere in considerazione nella scelta di un fornitore.

Il fornitore pianifica la propria produzione anche in base all'andamento della nostra attività. Un rapporto commerciale onesto e corretto richiede, quindi, l'attivazione di canali attraverso cui scambiare tempestive informazioni su tutti i fatti che possano compromettere la nostra domanda o modificare la nostra capacità d'acquisto.

L'azienda, infine, si impegna a tutelare il principio della concorrenza, non aderendo a cartelli o consorzi che possano pregiudicare il libero mercato.

[...] si impegna:

- a rispettare gli accordi contrattuali;
- a scegliere e monitorare i fornitori sulla base di valutazioni legate a criteri di economicità, efficienza, opportunità, qualità, comportamento etico, evitando pregiudizi e discriminazioni;
- a comunicare alle aziende che si propongono come eventuali fornitori i criteri di selezione e l'esito della valutazione effettuata;
- ad emettere ordini e stipulare contratti in modo chiaro e trasparente;
- a verificare la soddisfazione dei propri fornitori ed elaborare i dati risultanti per un miglioramento continuo del rapporto;
- ad informare tempestivamente i fornitori su tutti i fatti aziendali che possano produrre effetti su di loro.

ISTITUTI FINANZIARI

Il sistema bancario ed il mercato finanziario sono fondamentali per lo sviluppo delle imprese, soprattutto nella realtà economica del nordest caratterizzata da una scarsa capitalizzazione.

Il primo fornisce direttamente le risorse finanziarie necessarie al funzionamento dell'attività; il secondo rappresenta il mezzo attraverso il quale coinvolgere i risparmiatori nella propria impresa.

In entrambi i casi sono fondamentali la correttezza, la completezza, la trasparenza e la veridicità delle informazioni fornite.

Solo una chiara rappresentazione della situazione economica, patrimoniale e finanziaria della società permette una corretta valutazione dei rischi connessi all'operazione di finanziamento.

Anche nei confronti dei risparmiatori, presso cui gli istituti finanziari possono collocare le obbligazioni, è necessaria l'attivazione di una trasparente comunicazione d'impresa.

[...] si impegna:

- a sviluppare sistemi di controllo interno atti a garantire la correttezza e trasparenza delle registrazioni contabili e finanziarie;
- ad assicurare un'informazione costante, tempestiva ed adeguata a garantire la comprensione dei fatti societari;
- ad investire le risorse e sviluppare le conoscenze in modo attinente all'attività tipica, continuando a considerare la funzione finanziaria come funzione accessoria al conseguimento dell'oggetto sociale.

COMUNITÀ CIVILE

Il rapporto tra impresa e comunità è caratterizzato dalle relazioni che si instaurano da una parte con il Territorio e dall'altra con le Associazioni.

L'impresa interagisce e condiziona in maniera forte la realtà territoriale in cui si inserisce, la sua vocazione operativa e commerciale, il suo successo e sviluppo. L'attività economica dà impulso alla nascita di nuove iniziative, innescando un processo di imprenditorialità diffusa.

Parimenti, la creazione di distretti economici, la delocalizzazione, l'internalizzazione e l'outsourcing sono fenomeni che coinvolgono il territorio, generando sollecitazioni a cui la comunità deve rispondere e adattarsi.

È opportuno che la comunità sia tempestivamente informata circa i fatti rilevanti del proprio tessuto economico e che partecipi alla definizione delle scelte strategiche.

L'impresa è inoltre essa stessa una comunità, portatrice di interessi, valori e cultura. Deve quindi confrontarsi con le altre associazioni e istituzioni, contribuendo al rapporto dialettico necessario al corretto funzionamento di ogni democrazia rappresentativa.

[...] si impegna:

- a sviluppare la consapevolezza del ruolo dell'impresa nella realtà locale;
- a dialogare con movimenti, associazioni e istituzioni, fonti di idee e stimoli per comprendere meglio le esigenze della società civile;
- a promuovere il confronto tra cultura d'impresa e coscienza sociale;
- a partecipare attivamente alla vita delle associazioni di categoria, consapevole dell'importanza del dialogo con gli altri imprenditori e della "democrazia rappresentativa";
- a comunicare puntualmente e tempestivamente gli avvenimenti aziendali rilevanti per la comunità.

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

La Pubblica Amministrazione influisce sulla vita delle imprese attraverso l'attività di regolamentazione e di redistribuzione delle risorse. Per svolgere compiutamente questo ruolo deve avere una visione completa e veritiera della realtà economica. Necessita quindi di informazioni chiare e corrette sulle situazioni patrimoniali, economiche e finanziarie delle aziende. Comportamenti evasivi o non trasparenti creano sperequazioni e distorsioni tali da poter indurre le Amministrazioni ad adottare misure non coerenti con le esigenze di flessibilità e di sviluppo dell'economia.

L'imprenditore deve osservare tutte le prescrizioni in materia fiscale e tributaria affinché la redistribuzione delle risorse possa avvenire secondo equità.

D'altra parte l'impiego delle risorse pubbliche deve essere ispirato esclusivamente a principi di efficienza ed efficacia sociale e non a ragioni di opportunità politica.

Una corretta relazione tra impresa e Pubblica Amministrazione, infatti, non può prescindere da criteri di reciprocità.

[...] si impegna:

- a sviluppare sistemi contabili e di controllo interno atti a garantire che tutte le transazioni siano correttamente registrate, autorizzate, verificabili, legittime, coerenti e congrue;
- ad evidenziare e denunciare eventuali comportamenti scorretti o comunque non conformi alle leggi sia dei propri dipendenti che di quelli pubblici;
- a non abusare del proprio peso nella comunità per esercitare pressioni verso la Pubblica Amministrazione volte ad ottenere vantaggi estranei all'attività di impresa;
- a dialogare con la Pubblica Amministrazione per affrontare ed insieme risolvere i problemi economici e sociali;
- a promuovere il coinvolgimento degli altri imprenditori, delle associazioni di categoria e degli altri soggetti economici, nella definizione di priorità condivise e aspettative comuni da sottoporre alla Pubblica Amministrazione.

AMBIENTE

I problemi dell'inquinamento, del degrado della natura, del progressivo depauperamento delle ricchezze della Terra rappresentano uno degli aspetti più drammatici dello sviluppo della civiltà industriale. Oggi però c'è una maggiore sensibilità collettiva verso la tutela dei valori ambientali. Sensibilità che ha coinvolto anche il mondo imprenditoriale.

I principi che ispirano un corretto e rispettoso rapporto dell'impresa con l'ambiente sono principalmente due: il complesso delle risorse economiche, naturali e culturali non è un bene ad uso esclusivo, ma un bene di tutti; un miglior rapporto ambientale oggi è garanzia di qualità della vita delle generazioni future.

Da ciò discende che l'imprenditore deve essere consapevole dell'impatto ambientale del suo fare impresa, dei suoi prodotti e dei suoi insediamenti industriali.

La ricerca e l'innovazione tecnologica devono puntare anche alla riduzione della quantità e qualità delle risorse ambientali impiegate.

L'imprenditore deve essere consapevole delle conseguenze del ciclo produttivo e dell'impatto ambientale del prodotto offerto. È necessario quindi, ove possibile, studiare forme di riutilizzo, riciclo o smaltimento.

L'azienda è, infine, creatrice di cultura ambientale quando stimola la propria organizzazione e i propri dipendenti all'ottimizzazione del consumo delle risorse, non solo nella ricerca dell'efficienza e della riduzione dei costi, ma in virtù dell'idea che il comportamento collettivo è anche somma del comportamento individuale.

[...] si impegna:

- a sviluppare sensibilità verso l'ambiente e rispetto degli equilibri ecologici;
- a valutare l'impatto ambientale dei propri processi, prodotti e servizi;
- a ridurre l'impatto ambientale delle risorse utilizzate e delle attività produttive;
- a migliorare la riciclabilità e il riutilizzo dei propri prodotti;
- a promuovere all'interno dell'azienda comportamenti volti a ridurre l'impatto ambientale;
- a considerare la partecipazione a progetti di riqualificazione ambientale;
- a divulgare, con i mezzi ritenuti più idonei, la propria coscienza ambientale anche allo scopo di innescare comportamenti emulativi nelle altre imprese.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Il presente Codice fa riferimento alle seguenti norme fondamentali:

- Costituzione Italiana, Codice Civile e Codice Penale;
- Testo Unico delle Imposte e normativa fiscale;
- Legislazione regionale, regolamenti provinciali e comunali;
- Carta Costituzionale dell'Unione Europea;
- Dichiarazione Universale dei Diritti Umani del 10 dicembre 1948;
- Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui principi e sui diritti fondamentali nel lavoro;
- Disposizioni nell'ambito delle pari opportunità e divieto di discriminazione: art. 37 della Costituzione Italiana; L. 903/1977 e L. 125/1991 (come modificata ed integrata dal D.Lgs. 196/2000) sulla parità di trattamento tra uomini e donne in materia di lavoro; L. 53/2000 e D.Lgs. 151/2001 concernenti i congedi parentali; L. 215/1992 sull'imprenditoria femminile.
- Norme in materia di collocamento obbligatorio: L. 68/1999 (e relativo regolamento di attuazione D.P.R. 333/2000) sull'integrazione lavorativa delle persone disabili attraverso servizi di sostegno e di collocamento mirato;
- Tutela dei diritti sindacali del lavoratore in azienda: art. 39 della Costituzione Italiana, L. 300/1970 cd. Statuto dei lavoratori;
- Tutela del lavoro minorile: art. 2 del Codice Civile; D.Lgs. 345/1999 riguardante la protezione dei giovani sul lavoro; art. 3 del D.Lgs. 532/1999 in materia di lavoro notturno;
- D.Lgs. 626/1994 sulla salute e sicurezza dei lavoratori durante il lavoro, aggiornato con D.Lgs. 195/2003 riguardante le capacità e i requisiti professionali richiesti agli addetti e ai responsabili dei servizi di prevenzione e protezione dei lavoratori.
- D.Lgs. 196/2003 cd. Testo Unico sulla Privacy.
- D.Lgs. 22/1997 in materia di rifiuti.
- D.Lgs. 66/2003 concernente l'organizzazione dell'orario di lavoro.

L'azienda, in un'ottica di ampliamento del suo orientamento verso la Responsabilità Sociale d'Impresa, tiene conto dei principi contenuti nei seguenti documenti internazionali:

- Convenzioni ILO (International Labor Organization) 29 e 105 (lavoro forzato e vincolato)
- Convenzione ILO 87 (libertà di associazione)
- Convenzione ILO 98 (diritto alla contrattazione collettiva)
- Convenzioni ILO 100 e 111 (parità di remunerazione tra lavoratori maschi e femmine per lavoro di valore analogo; discriminazione)
- Convenzione ILO 135 (rappresentanti dei lavoratori)
- Convenzione ILO 138 e Raccomandazione 146 (età minima e raccomandazioni)
- Convenzione ILO 155 e Raccomandazione 164 (sicurezza e sanità all'occupazione)
- Convenzione ILO 159 (riabilitazione vocazionale e impiego persone disabili)
- Convenzione ILO 177 (lavoro in casa)
- Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti del bambino.

