

CODICE ETICO AZIENDALE

Conforme a Social Accountability SA 8000/1997 - CEPAA

1. – Non impiegare personale che presti al propria opera contro la propria volontà o che non sia libero di recedere dal rapporto di lavoro (ad esempio perché non più in possesso dei documenti personali o avere contratto un debito verso l'azienda).
2. – Non impiegare lavoro infantile (bambini di età inferiore ai 15 anni).
3. – Non impiegare giovani lavoratori (ragazzi in età inferiore agli anni 18) in situazioni insalubri o pericolose, né durante le ore scolastiche.
4. – Garantire un ambiente di lavoro salubre e sicuro, nel rispetto della legislazione vigente, adottando tutte le misure idonee per evitare potenziali rischi per la salute e sicurezza dei lavoratori. Tali misure sono relative anche alle mense e ai dormitori (se presenti).
5. – Non ostacolare i lavoratori nell'esercizio del loro diritto ad associarsi a sindacati, garantendo le condizioni idonee per praticare tale diritto nell'ambiente di lavoro.
La nostra ditta privilegia i subfornitori ed i fornitori che applicano i contratti collettivi nazionali di lavoro del settore di appartenenza.
6. – Garantire che vengano date pari opportunità a tutti i lavoratori e che non sia attuata o tollerata alcuna forma di discriminazione in relazione a razza, cetò, origine nazionale, sesso, religione, invalidità, orientamento sessuale, appartenenza sindacale o affiliazione politica, assicurando che i criteri utilizzati nell'assunzione, l'accesso alla formazione, la progressione di carriera, siano legati esclusivamente alle prestazioni lavorative.
7. – Impedire qualsiasi comportamento avente connotazione sessuale, che offenda la dignità degli uomini e delle donne nell'ambiente di lavoro.
8. – Non applicare provvedimenti disciplinari contrari alla dignità ed al rispetto della persona del lavoratore, limitandosi ai soli provvedimenti previsti dalla legislazione vigente.
9. – Non retribuire i lavoratori con salari inferiori a quelli fissati dalla legislazione come minimi. I salari dovrebbero assicurare almeno la soddisfazione dei bisogni di base del lavoratore e della sua famiglia con un reddito più che sufficiente.
10. – Non superare l'orario di lavoro di 45 ore settimanali, garantendo il diritto al riposo di un giorno a settimana. Effettuare l'orario straordinario solo in circostanze eccezionali e retribuendolo in modo adeguato, come previsto dalla legislazione vigente.
11. – Garantire a tutti i lavoratori la formazione continua in azienda, per un costante miglioramento della professionalità e qualificazione e per la promozione della collaborazione.
12. – Richiedere a tutti i subfornitori e fornitori di servizi, lavorazioni o materiali utilizzati per l'attività della nostra ditta, di adottare il presente Codice Etico Aziendale

CODICE ETICO PER L'ATTIVITA' D'IMPRESA NEL SETTORE DELLE MOLLE INDUSTRIALI

Documento approvato dall'Assemblea Anccem il 09.11.1996 a Sirmione Bs e riveduto dopo il Consiglio Generale Anccem del 20 febbraio 2002 a Brescia.

Presentazione

La concorrenza imperfetta è, almeno, libero accesso al mercato e mobilità dei fattori della produzione, per concedere ad ogni operatore economico uguali possibilità nell'offerta di beni e di servizi e al consumatore la libertà di scelta, nel rispetto delle leggi per entrambi.

La concorrenza è regolamentata da norme europee e dalla legge italiana con 4 articoli nel CC e legge 10 ottobre 1990 n. 287, che ne definiscono i limiti legali, contrattuali ed etici prendendo come riferimenti la libertà di concorrenza, gli interessi dell'economia nazionale, gli interessi della categoria e i principi della correttezza professionale.

Parte prima: 1. I principi e le norme dell'impresa

1.1. Principio della libertà d'accesso al mercato

Nelle teorie economiche neolibériste la domanda aggregata potenziale è la totalità del bisogno di un bene che viene soddisfatta dalla numerosità dell'offerta competitiva secondo la legge della domanda e dell'offerta e con lo spirito di offrire alla comunità l'occasione di valorizzare il proprio lavoro.

Nell'economia liberista non esistono diritti di prelazione o di pertinenza del cliente all'azienda, né si possono ambigualmente erigere a proprio arbitrio barriere o divieti, ed è consentito a tutti di esercitare il diritto di accesso a qualunque area del mercato e presso qualsiasi tipo di cliente, con lo scopo di offrire a tutti i potenziali acquirenti la libertà di scelta dell'offerta più conveniente e il prodotto o servizio più soddisfacente.

Ne consegue che, in assenza di dolo, pretese di privilegio ed accuse a concorrenti di "sottrazione" di ordini o di clienti, sono illecite e pertanto censurabili.

1.2. Principio dell'espansione dell'impresa

Nelle imprese con scopi economico-industriali, sia di persone, sia di società, il diritto di uguaglianza davanti alla legge, il diritto al lavoro, alla proprietà (artt. 3-4-42 Costituzione) e al guadagno (art. 2102 CC), rendono illecita ogni pretesa o provvedimento limitativo del fatturato di un'impresa che operi nell'economia di mercato competitivo, assolvendo ai doveri inderogabili di solidarietà economica e sociale secondo le leggi e la morale.

Ne consegue che, riconosciuta lecita e necessaria l'espansione dell'impresa industriale, sarà illecita soltanto la crescita del fatturato ottenuta con la perdita totale del profitto.

La vendita sottocosto, sostenuta anche mediante compensazione con altri prodotti ad elevato profitto, è dannosa per la categoria, pone sempre l'impresa fuori dal sistema economico di mercato competitivo ed è quindi censurabile.

Parte seconda: 2. Le norme di settore

2.1. Norme giuridiche e professionali che rientrano nella regola generale del mercato competitivo nel quale ognuno di noi è entrato liberamente conoscendo i rischi della concorrenza e gli obblighi previsti dalla legge e dalla morale.

2.1.1. Indipendentemente dal fatto che le scelte strategiche aziendali siano tecnicamente corrette o meno e che l'ambizione o la puntigliosità di alcuni, o di molti, creino squilibri fra il potenziale produttivo e la domanda effettiva di molle, nel regime concorrenziale la scelta finale è sempre ed esclusivamente del cliente che a sua volta nelle scelte non è sempre coerente con la moralità ed è per sua natura diffidente del fornitore, giustificando implicitamente accordi difensivi tra i fornitori stessi.

Per diminuire entro limiti accettabili l'abuso di dipendenza economica dal cliente e conservare l'autonomia operativa, sarà necessario per i fornitori, di operare con lealtà, prudenza, cooperatività, competenza e dignità, precostituendosi la capacità di rinunciare ad un ordine quando non si trovi rispetto per il proprio lavoro.

2.2. La professionalità dell'imprenditore

- a) Non è lecito inquinare l'ambiente, pregiudicare la salute della gente, umiliare le persone e le famiglie, per perseguire il massimo profitto possibile.
- b) Non è lecito danneggiare con l'inganno i clienti e i fornitori per perseguire il massimo profitto possibile.
- c) Non è lecito recare danno alle aziende concorrenti con un comportamento imprenditoriale contrario ai principi della correttezza professionale per perseguire il massimo profitto possibile.
- d) Non è lecito proporre o pretendere da altri l'arresto della produzione o fare sospendere la diffusione di tecnologie innovative per perseguire il massimo profitto possibile.
- e) Non è lecito recare danno ad aziende concorrenti con azioni volutamente punitive o contrarie alle regole del mercato e della concorrenza leale.
- f) Non è lecito profittare della disponibilità del concorrente ad accogliere estranei nella sua casa o nella sua azienda, mancando di rispetto ai suoi documenti, ai suoi prodotti e a tutto ciò che egli vuole preservare dalla altrui curiosità troppo interessata.

Parte terza: 3. La correttezza professionale (art. 2598 CC)

3.1. Norme di comportamento professionale per gli imprenditori del settore industriale delle molle, conformi alle leggi dello Stato e della Unione europea.

3.1.1. Interesse professionale della categoria (art. 2601 CC) per la diffusione nel mercato di un'immagine positiva del settore.

Alla categoria imprenditoriale conviene una:

- a) immagine di competenza generale e specifica nella tecnologia
- b) reputazione di credibilità delle per fornace di qualità e del management
- c) tensione competitiva per soddisfare l'attesa di prezzi più bassi
- d) coesione e cooperazione tra le aziende del settore per supportare l'efficacia dell'azione associativa nello studio ed interpretazione dei bisogni comuni e dell'evoluzione del settore
- e) rispettosa libertà di accesso al mercato e di concorrenza
- f) tensione al miglioramento continuo dei processi e dei prodotti nel rispetto dell'ambiente
- g) formazione continua del personale a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale.

3.1.2. Interesse professionale dell'imprenditore per la soddisfazione del cliente, per la produzione di profitto e per la competitività (artt. 2247-2262-2431 CC).

All'azienda (struttura dei collaboratori) conviene avere:

- a) tensione costante all'efficienza e alla qualità dei processi
- b) accentuata mobilità dei fattori della produzione e flessibilità nei rapporti con i clienti
- c) creazione continua di punti di forza competitivi in confronto alla concorrenza anche lontana
- d) conoscenza delle tendenze e potenzialità della concorrenza nel mondo
- e) conoscenza della composizione e modificazione del mercato raggiungibile
- f) protagonismo ragionevole per creare visibilità dell'impresa nell'ambiente sociale
- g) coerenza con le regole del buon comportamento professionale
- h) partecipazione leale e prudente ad eventuali collegamenti di cooperazione o accordi di ammorbidimento della concorrenza e di tutela dei prezzi (art.2596 CC)
- i) reputazione di lealtà nei rapporti con clienti e fornitori.

3.2. Scorrettezze professionali dannose per la reputazione collettiva e per la coesione tra aziende.

- a) non è corretto pensare male del concorrente e poi parlarne male con i colleghi, i clienti e i fornitori, per eccessiva superficialità o con intento denigratorio
- b) non è corretto accogliere o partecipare a riunioni o gruppi dove si diffondono informazioni inattendibili e capziose, si criticano e si giudicano male i concorrenti senza curarsi della ricaduta negativa sulla propria reputazione professionale tra i concorrenti e nel mercato
- c) non è corretto corrompere o accettare la concussione per ottenere ordini a danno di altri concorrenti
- d) non è corretto eludere imposte, costi sociali o contrattuali per avere un profitto maggiore o maggiore competitività
- e) non è corretto manipolare emotivamente i prezzi di vendita senza coerenza con i costi reali e i preventivi e senza produrre profitto

- f) non è corretto sottrarre furtivamente o con la corruzione, documenti, disegni o informazioni ai concorrenti
- g) non è corretto carpire, sovrappagando, il personale formato dai concorrenti
- h) non è corretto rifiutare i contatti, il dialogo e la cooperazione con i concorrenti ed osteggiare la associazione professionale.

Conclusioni

Questa Carta dei diritti e dei doveri nei rapporti tra i mollifici, proposta dall'associazione professionale è un patto sociale che, se viene accettato ed applicato, garantisce la reciprocità tra concorrenti e, nel rispetto delle regole del mercato, definisce per ciascun imprenditore, i limiti morali della libertà di iniziativa e le regole essenziali della professione. L'associazione professionale non è un tribunale, non ha il compito di inquisire, giudicare e condannare il comportamento scorretto di un'impresa del settore. Per questo ci sono i Tribunali.

L'associazione può segnalare deviazioni ad un corretto comportamento commerciale e disporre inviti e raccomandazioni scritte al rispetto delle regole e delle persone, lasciando però ai singoli imprenditori libertà di scelta delle strategie nella risoluzione dei propri problemi.

Vale per tutti la regola biblica del "non fare agli altri quello che non vuoi che gli altri facciano a te".