



ASSOCIAZIONE NAZIONALE
COSTRUTTORI COMPONENTI
ELASTICI METALLICI CENTRO
STUDI SU COMPONENTI ELASTICI
FONDATA NEL 1972

www.ancem.org



ASSOCIATE MEMBER

Politica d'impresa,
concorrenza,
principi economici
e norme giuridico-morali
per le attività di impresa
nel settore delle molle
industriali

Luigi Einaudi ci ha insegnato che:

(economista, 1874, e Presidente della Repubblica italiana)

«il mercato non è uno stato di natura destinato a far vincere il più forte, ma un delicato sistema di regole e di norme, senza le quali il capitalismo perde ogni credibilità etica, è sconfitto in partenza».

Ralf Dahrendorf ci ha insegnato che:

(sociologo tedesco, 1929, direttore della London School of Economics)

«la politica è innanzitutto il bisogno di spiegare e motivare le proprie decisioni. Gli imprenditori non vi sono abituati, nemmeno nel capitalismo “democratico anglosassone”, nemmeno di fronte ad un’assemblea di azionisti. In politica invece si deve agire così, anche se non ti piace, anche se non ne vedi la necessità, anche se la consideri una perdita di tempo. La politica è fare le cose attraverso la persuasione e il dibattito, non dando ordini».

Frederich von Hayek ci ha insegnato che:

(economista, premio Nobel 1974, Vienna 1899)

«la concorrenza è l'unico metodo tramite il quale le nostre attività possono essere adattate l'una all'altra senza interventi coercitivi ed arbitrari dell'autorità».

Peter Drucker ci ha insegnato che:

(formatore di manager industriali, Vienna 1909)

«all'interno dell'organizzazione ci sono solo centri di costo. L'unico centro di profitto è il cliente che vi dà un assegno coperto. Strutturate i vostri costi in funzione di quanto sono disposti a pagare i clienti».

Indice

pagina

Presentazione

Il documento di etica professionale
per le attività d'impresa 6

Premessa

La concorrenza conviene solo
al consumatore finale 9

Introduzione

Il Codice Civile sulla concorrenza sleale 10

Legge 287 sull'abuso di posizione dominante 12

Parte prima

1. Principi dell'impresa 14

1.1 Principio della libertà di accesso al mercato 14

1.2 Principio della espansione dell'impresa 15

1.3 Principio della concorrenza leale 16

1.4 Principio della correttezza professionale 17

Parte seconda

2. Le norme di settore 18

2.1 La professionalità dell'imprenditore 19

Parte terza

3. La correttezza professionale 21

3.1 Norme di comportamento professionale
per gli imprenditori del settore delle molle 21

3.2 Scorrettezze professionali dannose
per la reputazione collettiva e per la coesione
tra le aziende 23

Conclusioni 24

Presentazione

Il documento di etica professionale nella attività di impresa

La concorrenza etica deve essere secondo la legge e la ragione, 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 dei contratti e delle regole del mercato, per entrambi.

La morale chiede qualcosa di più: chiede il rispetto della dignità delle persone coinvolte nell'attività economica e produttiva.

La concorrenza è regolamentata dalla legge italiana con 4 articoli del C.C. 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 della economia nazionale, gli interessi della categoria e i principi della correttezza professionale.

Questi saggi richiami a regole che nel tardo medioevo erano contenute negli Statuti delle Mercanzie e dei Paratici, nel moderno sistema aziendale generato dalla evoluzione continua e dalla dispersione territoriale delle imprese industriali, non trovano sempre principi chiari e particolareggiate norme con cui confrontarsi.

Oggi si fa ancora confusione sul significato morale del "rispetto tra concorrenti" in un contesto moderno di economia di mercato. Il concetto civile di proprietà di ciò che si possiede, inibisce la mobilità del bene o l'altrui desiderio di appropriarsi arbitrariamente di ciò che è di

altri, mentre il concetto economico di concorrenza nel libero mercato è l'opposto di stabilità e stimola la flessibilità e la competizione mediante un'offerta migliore, per il raggiungimento selettivo di obiettivi economici privati. Quindi "Proprietà" e "Concorrenza" sono antitetici ed entrambi "etici" e utili per lo sviluppo economico e per il bene comune.

La determinazione di equi limiti alla libertà individuale e dei principi di correttezza professionale nella competizione, è demandato alle leggi e alle associazioni professionali che emettono codici deontologici i quali, nel caso degli imprenditori, prendono forma e legittimità insieme con il crescere della professionalità personale e della coesione su interessi e idee comuni, nel rispetto delle regole del mercato, delle leggi dello Stato e della priorità

dell'uomo sulle cose. Non per moralizzare gli altri, ma per orientare sé stessi.

Noi della prima numerosa generazione di imprenditori "mollisti" 1946-2010, giunti alla fine della nostra comune esperienza industriale, abbiamo percepito la opportunità di ripensare ai successi, alle difficoltà incontrate, agli errori commessi e alle lacune del nostro modo di lavorare, per ricavarne una prima onesta, necessaria sintesi degli atteggiamenti sbagliati, delle omissioni e delle giuste regole di leale comportamento professionale, come sono richieste dalla legge dello Stato Italiano e della Commissione Europea, nel nuovo concetto di globalizzazione, sintesi che nessu-

no prima di noi, per il nostro settore, ebbe la opportunità di fare.

Questi principi economici e morali e queste norme professionali, filtrati dall'esperienza, sono l'eredità che la nostra associazione professionale, dopo 38 anni di attività, propone alle generazioni future con l'augurio che esse imparino meglio di noi a farne un uso corretto e rispettoso delle attese delle persone, nella esperienza della attività professionale in libera concorrenza e con vincenti competitività, nel mercato di domani e secondo le opportunità che col tempo si presenteranno.

A.N.C.C.E.M.
Associazione Mollifici Italiani
fondata nel 1972

Premessa

La differenza fondamentale tra una economia liberista ed una economia dirigista è che la seconda prevede interventi dello Stato in aiuto alle industrie che producono beni per il mercato senza riuscire a produrre anche profitto. È in questo modo annullato il fattore rischio e sono corrotti gravemente i concetti di efficienza e di competitività, che sono il fondamento positivo della legge della domanda e dell'offerta nella economia di mercato. Questo documento assume come riferimento il mercato libero, dove ogni operatore economico agisce a proprio rischio con lo scopo di conseguire profitto senza recare danno alla comunità, anzi, anche a beneficio della comunità. La concorrenza conviene solo al consumatore finale, si svolge solo nei limiti della legge e della lealtà personale, ma è difficile da gestire onestamente e professionalmente nell'interesse dell'impresa e nel rispetto degli altri e del bene comune.

Introduzione

Codice Civile italiano

Titolo X - Disciplina della concorrenza e dei consorzi

Art. 2595 - Limiti legali della concorrenza

La concorrenza deve svolgersi in modo da non ledere gli interessi della economia nazionale e nei limiti stabiliti dalla legge.

Art. 2596 - Limiti contrattuali della concorrenza

Il patto che limita la concorrenza deve essere provato per iscritto.

Esso è valido se circoscritto ad una determinata zona o ad una determinata attività, e non può eccedere la durata di cinque anni.

Se la durata del patto non è determinata o è stabilita per un periodo superiore a cinque anni, il patto è valido per la durata di un quinquennio.

Art. 2598 - Atti di concorrenza sleale

Ferme le disposizioni che concernono la tutela dei segni distintivi e dei diritti di brevetto, compie atti di concorrenza sleale chiunque:

1) usa nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o con i segni distintivi usati legittimamente da altri ... omissis

2) diffonde notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinare il discredito, o ... omissis

3) si vale direttamente o indirettamente di ogni mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui impresa.

Art. 2601 - Azione delle associazioni professionali

Quando gli atti di concorrenza sleale pregiudicano gli interessi di categoria professionale, l'azione per la repressione della concorrenza sleale può essere promossa anche dalle associazioni professionali e dagli enti che rappresentano la categoria.

Legge 10 ottobre 1990, n. 287
NORME PER LA TUTELA DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO

Titolo I - Norme sulle intese, sull'abuso di posizione dominante e sulle operazioni di concentrazione.

Art. 2 - Intese restrittive della libertà di concorrenza

1. Sono considerati intese gli accordi e/o le pratiche, concordati tra imprese nonchè le deliberazioni, anche se adottate ai sensi di disposizioni statutarie o regolamentari, di consorzi, associazioni di imprese ed altri organismi similari.

2. Sono vietate le intese tra imprese, che abbiano per

oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare in maniera consistente il gioco della concorrenza all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, anche attraverso attività consistenti nel:

- a) fissare direttamente o indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni contrattuali;
- b) impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, gli investimenti, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico;
- c) ripartire i mercati o le fonti di approvvigionamento;
- d) applicare, nei rapporti commerciali con altri contraenti, condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;

e) subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti, di prestazioni supplementari che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun rapporto con l'oggetto dei contratti stessi.

3. Le intese vietate sono nulle ad ogni effetto.

Art. 3 - Abuso di posizione dominante

1. È vietato l'abuso da parte di una o più imprese di una posizione dominante all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, ed inoltre è vietato:

a) imporre direttamente o indirettamente prezzi di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose;

b) impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico, a danno dei consumatori;

c) applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;

d) subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto dei contratti stessi.

Parte prima

1. Principi e norme dell'impresa industriale

1.1. Principio della libertà di accesso al mercato

Nelle teorie economiche neolibériste la domanda aggregata 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.

Nella economia liberista-liberale non esistono diritti di prelazione o di pertinenza del cliente all'azienda fornitrice, né si possono ambigualmente erigere a proprio arbi-

trio 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 della 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 della 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 e alla proprietà (art. 3, 4, 42 della

Costituzione), al guadagno (art. 2102 C.C.), rendono illecita ogni pretesa o provvedimento limitativo del fatturato di un'impresa che operi nella economia di mercato competitivo, assolvendo ai doveri inderogabili di solidarietà e giustizia economica e sociale secondo le leggi e la morale. Ne consegue che, riconosciuta lecita e necessaria la espansione dell'impresa industriale, **sarà illecita soltanto la crescita del fatturato ottenuta con la perdita continuata totale e certa 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. *Nota: Nelle piccole industrie delle molle dove i metodi*

scientifici di contabilità analitica dei costi sono di incerta applicazione a causa di una domanda poco pianificabile, e dove la molteplicità disuniforme dei prodotti favorisce la compensazione tra un modello e l'altro, è molto difficile dimostrare sia la assenza di profitto, sia la vendita sottocosto di un singolo prodotto: salvo i casi illeciti di pesante azione punitiva nei confronti di un concorrente o di voluta strategia di estromissione forzata di concorrenti da un mercato.

Entrambi i casi sono censurabili per scorrettezza verso i concorrenti e dannosità per l'immagine del settore oltre che per le aziende singole, ma si possono evitare soltanto con atteggiamenti professionali convinti e favorevoli alla cooperazione e coesione tra le aziende e all'equilibrio temporaneo del potenziale produttivo.

1.3. Principio della concorrenza leale

Il Trattato della Comunità Europea prevede e tutela la piena libertà di iniziativa economico produttiva e di concorrenza attraverso la fabbricazione e vendita a rischio di beni, con il diritto di proprietà sul profitto ottenuto nel pieno rispetto della reciprocità e con esclusione di qualsiasi diritto sul cliente.

Il diritto civile italiano vieta la concorrenza sleale ed ammette eccezionalmente accordi tra aziende per limitare la concorrenza fra loro e salvaguardare il profitto, con un patto scritto valido al massimo cinque anni.

Ne consegue che, riconosciuta necessaria ed utile la concorrenza e lecito il profitto, i fatti contestabili ad un concorrente sono il prezzo di un prodotto inferiore al suo

costo o il ripianamento di un bilancio in perdita, mediante contributi pubblici a fondo perduto.

In questo caso la accertata mancata produzione di profitto, pone l'operazione fuori dal sistema economico di mercato competitivo e quindi censurabile.

(Possono fare eccezione eventuali cooperative No Profit purché non finanziate con contributi pubblici).

1.4. Principio della correttezza professionale

Il principio liberista della economia di mercato enunciato da Adamo Smith 1723-1790, quando si produce ricchezza, agisce come un automatismo naturale nel mercato lasciato libero da ogni limitazione, correggendo ogni

disequilibrio mediante la naturale selezione competitiva motivata dall'interesse di chi dà e di chi riceve.

Gli interventi della mano pubblica, necessari per razionalizzare le correzioni dei disequilibri della domanda ed aumentare l'occupazione (J.M. Keynes 1893-1946) sono spesso causa di corruzione ed immobilismo (J.K. Galbraith 1986).

La correttezza professionale consiste nel non trasgredire le regole del mercato nel rispetto dei tre principi precedenti, e nel non calpestare la dignità delle persone coinvolte nell'attività produttiva e commerciale.

Parte seconda **2. Le norme di settore**

Le norme giuridiche e professionali che seguono, rientrano nella regola generale del mercato competitivo nel quale ognuno di noi è entrato liberamente conoscendo i rischi della concorrenza, e negli obblighi previsti dalla legge e dalla morale.

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 tra il potenziale produttivo e la domanda effettiva di molte, la scelta finale è sempre ed esclusivamente del cliente che a sua volta non è sempre coerente con l'etica nelle sue scelte ed è per sua natura diffidente del

fornitore, giustificando implicitamente accordi difensivi tra i fornitori.

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

2.1. La professionalità dell'imprenditore

2.1.1. La professionalità è diversa nei metodi e nella tecnica per:

- imprenditore di edilizia;

- imprenditore di abbigliamento;
- imprenditore di agricoltura;
- imprenditore della meccanica;

ma sono comuni a tutti alcuni principi di corretto comportamento professionale citati nell'art. 2598 del Codice Civile.

Limitandoci al settore della meccanica:

Quando una persona ha fatto liberamente la scelta di organizzare risorse, lavoro, idee ed ha costituito una impresa con lo scopo sociale di fabbricare ed offrire al mercato, i beni prodotti, in concorrenza con altri, accettando i rischi di insuccesso con la speranza di avere un profitto, ha anche il dovere professionale della coerenza con le regole essenziali di reciproco rispetto nell'ambito

delle leggi e di sostenere la moralizzazione della propria impresa e delle imprese del settore.

2.1.2. Errori ed omissioni non consentiti

- 1) Non è lecito sfruttare lo stato di necessità di persone e "minori" privi di protezioni, retribuendo il loro lavoro in misura inferiore ai minimi contrattuali.
- 2) Non è lecito inquinare l'ambiente, pregiudicare la salute della gente, umiliare le persone e le famiglie, per perseguire il massimo profitto possibile.
- 3) Non è lecito danneggiare con l'inganno i clienti e i fornitori per perseguire il massimo profitto possibile.
- 4) Non è lecito recare danno alle aziende del settore, anche se concorrenti, con un comportamento im-

prenditoriale contrario ai principi della correttezza professionale, per perseguire il massimo profitto possibile.

- 5) Non è lecito proporre o pretendere da altri l'arresto della evoluzione o diffusione delle tecnologie innovative, per perseguire il massimo profitto possibile.
- 6) Non è lecito recare danno ad aziende concorrenti con azioni volutamente punitive e contrarie alle regole del mercato e della concorrenza leale.
- 7) Non è lecito approfittare della disponibilità del concorrente 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 C.C.)

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 C.C.) per la diffusione nel mercato di una immagine positiva di settore.

Alla categoria conviene una:

- a) immagine di competenza generale e specifica nella tecnologia;
- b) reputazione di credibilità delle performance 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 la efficacia della azione associativa nello studio ed interpretazione dei bisogni comuni e della evoluzione del settore a vantaggio del bene comune;
- e) rispettosa libertà di accesso al mercato e di concorrenza;
- f) tensione al miglioramento 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 C.C.)

Nella impresa conviene avere:

- a) tensione costante alla 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 etico e professionale;
- h) partecipazione leale e prudente ad eventuali collega-

menti di cooperazione o accordi di ammorbidimento della concorrenza e di tutela dei prezzi (art. 2596 C.C.);

i) reputazione di lealtà nei rapporti con i clienti ed i fornitori.

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

- 1) 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, rendendo impossibile la cooperazione tra imprenditori;
- 2) non è corretto accogliere o partecipare a riunioni o gruppi, dove si diffondono informazioni inattendibili e incontrollabili, si criticano e si giudicano male i concorrenti, senza avere cura della propria reputazione professionale tra i concorrenti medesimi e nel mercato;

3) non è corretto corrompere o accettare la concussione per ottenere commesse, a danno di altri concorrenti;

4) non è corretto eludere in modo fraudolento, imposte e costi sociali o contrattuali, per avere un profitto maggiore o maggiore competitività;

5) non è corretto manipolare emotivamente i prezzi di vendita, senza coerenza con i costi reali ed i preventivi e senza produrre profitto;

6) non è corretto sottrarre furtivamente o con la corruzione, documenti, disegni o informazioni ai concorrenti;

7) non è corretto carpire sovrappagando, il personale formato dai concorrenti;

8) non è corretto rifiutare i contatti, il dialogo e la cooperazione con i concorrenti ed osteggiare la associazione professionale.

Conclusione

Questa Carta dei diritti e dei doveri tra i responsabili dei mollifici, proposta della 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 ciascuna impresa i limiti etici della libertà di iniziativa e per ciascun imprenditore le regole essenziali della professione. La prima edizione di questo documento approvato dalla Assemblea ANCCEM del 9.11.1996 a Sirmione è stato spedito a tutti i 186 mollifici italiani nel 1997. La seconda edizione è stata approvata dal Consiglio Direttivo ANCCEM e sarà diffusa tra tutti i mollifici italiani nel 2010.

Copyright by ANCCEM, settembre 2009.