

Sezione 3.1

1. Codice etico adottato dall'Azienda

Approvato dal Consiglio di Amministrazione dell'Azienda nella seduta del 14 gennaio 2019.

1.1 - Introduzione

Da tempo l'Azienda si impegna sul fronte della Responsabilità Sociale d'Impresa e monitora i comportamenti e le azioni di ogni stakeholder con l'obiettivo di aumentare, attraverso una maggiore attenzione a determinati principi etici e di buona condotta, il valore stesso della propria attività d'impresa.

La Responsabilità Etica e Sociale delle Imprese rappresenta, appunto, la sfida delle Società più illuminate, non solo per senso di responsabilità verso la Comunità in cui operano e nel rispetto delle aspettative dei suoi portatori di interesse interni ed esterni, gli stakeholder, ma anche per sottolineare i valori del proprio *brand* con un carattere nuovo, esclusivo, riconoscibile, che ne differenzi lo stile rispetto ai concorrenti. In questo caso la comunicazione si fonde con una gestione industriale e commerciale in una responsabilità comune che impegna ognuno in Azienda ad operare secondo obiettivi di responsabilità sociale.

Con questo lavoro l'Azienda presenta a tutti gli *stakeholder* un altro momento importante della costruzione del proprio know-how: il CODICE ETICO.

Con l'adozione del Codice Etico l'Azienda si propone di comunicare i principi che ne hanno caratterizzato l'agire fin dall'inizio dell'attività. Tali principi riguardano e riguarderanno tutte le risorse della stessa (soci, amministratori, collaboratori e dipendenti) nella conduzione degli affari e delle attività aziendali.

L'obiettivo dell'attività consiste nella creazione di valore per i soci, contestualmente al soddisfacimento dei clienti ed alla valorizzazione umana e professionale di tutti i dipendenti ed i collaboratori, preservando ed incrementando nel tempo il capitale economico, quello finanziario ed in particolare il capitale umano in dotazione all'Azienda.

L'Azienda, inoltre, aspira a consolidare e sviluppare il rapporto di fiducia con gli *stakeholder*, cioè con le categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto/rapporto è fondamentale per la realizzazione della mission aziendale.

A tale scopo, la Società si impegna ad evitare comportamenti non etici con i suoi stakeholder, riconoscendo come "non etici" e quindi ostili all'impresa tutti gli atteggiamenti ed i comportamenti di chiunque (singolo o organizzazione) cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui sfruttando posizioni di forza.

L'Azienda ritiene altresì la “buona reputazione” una risorsa intangibile essenziale, il cui mantenimento si riverbera sia all’interno che all’esterno della propria attività.

All'interno consente un'organizzazione del lavoro libera da macchinosi controlli burocratici, spronando i soci, i collaboratori e i dipendenti a prendere decisioni ed attuarle senza ricorrere all'esercizio dell'autorità, ma piuttosto promuovendo ed incoraggiando la volontà dei singoli a raggiungere gli obiettivi di benessere comune.

All'esterno tale Codice favorisce con la trasparenza l'attrattività per gli investitori, con la professionalità e la riservatezza conquista la fedeltà dei clienti, richiama con la correttezza le migliori risorse umane, garantisce, con l'equità dell'autorità e la continuità di rapporto, l'affidabilità verso i creditori assicurando nel contempo la serenità dei fornitori.

La verifica dell'applicazione del Codice Etico potrà essere, dunque, un ottimo punto di riferimento per “misurare” sia la buona reputazione dell'Azienda sia la correttezza dei rapporti tenuti con i suoi stakeholder.

Pertanto, invece di essere uno strumento teorico di “buona condotta”, si vuole fare in modo che il Codice Etico abbia un'applicazione pratica, un riscontro oggettivo con la realtà, e quindi la possibilità di essere verificato. Con tale scopo esso è costruito secondo diversi livelli di approfondimento:

- dai **principi generali** sulle relazioni con gli stakeholder, che definiscono in modo astratto i valori di riferimento nelle attività svolte dalla Società;
- dai **criteri di condotta** verso ciascuna classe di stakeholder, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali i collaboratori dell'Azienda sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per evitare comportamenti non etici;
- dai **meccanismi di attuazione**, che descrivono il sistema di controllo per l'osservanza del Codice Etico e per il suo continuo miglioramento.

Questo codice, infine, è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte; la Società auspica, perciò, che ciascun stakeholder agisca nei suoi confronti secondo principi e regole ispirate ad un'analogha condotta etica.

E' importante sottolineare che siccome l'attività dell'Azienda si estende oltre i confini dell'Italia sarà necessario ed opportuno che le relazioni tra la stessa e i suoi stakeholder siano sempre improntate al rispetto del Codice Etico a prescindere dal se lo stakeholder del caso sia appartenente al territorio di riferimento sopra citato o sia appartenente ad altro territorio, avendo sempre a mente nella propria azione le diversità culturali, sociali ed economiche delle varie regioni in cui si opera. Obiettivo dell'Azienda sarà in ultimo quello di agire nel rispetto delle proprie ed altrui convinzioni, cercando di volta in volta il modo più appropriato per raggiungere i propri obiettivi nel rispetto della legge e senza prevaricazione alcuna.

Principi generali

I principi generali qui di seguito evidenziati sono conseguenza dei valori portanti di Bianchi Industry S.p.A. nella conduzione dell'attività aziendale e costituiscono le principali linee guida nelle relazioni con gli stakeholder.

L'Azienda intende caratterizzare i propri comportamenti e condizionare le proprie scelte con principi fortemente condivisi da tutta l'organizzazione e da tutte le risorse. Pertanto quelli che vengono esposti sono valori fortemente sentiti e accompagnano le scelte ordinarie e straordinarie dell'Azienda.

a) Imparzialità

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi stakeholder (la scelta dei clienti da servire, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano), l'Azienda evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla etnia, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori.

b) Onestà

Nell'ambito della loro attività professionale, i collaboratori (dipendenti e non) dell'Azienda sono tenuti a rispettare con diligenza le leggi vigenti, il Codice Etico e i regolamenti interni. In nessun caso il perseguimento dell'interesse dell'Azienda può giustificare una condotta non onesta.

c) Correttezza

Nella conduzione di qualsiasi attività devono sempre evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse. Con ciò si intende sia il caso in cui un socio/amministratore o collaboratore persegua un interesse diverso dalla missione di impresa e dal bilanciamento degli interessi degli stakeholder, o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari dell'impresa, sia il caso in cui i rappresentanti dei clienti o dei fornitori, o delle istituzioni pubbliche, agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione, nei loro rapporti con l'Azienda.

d) Riservatezza

L'Azienda assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e conformità alle norme giuridiche vigenti. Ogni dipendente entra quotidianamente in contatto con know-how aziendale ed informazioni sensibili e vitali per la Società, ne sono un esempio il nominativo dei Clienti ed ogni altro profilo che possa riguardare l'immagine ed il marchio aziendale, da ciò consegue che gli stessi dipendenti devono scrupolosamente e con diligenza attenersi all'obbligo di riservatezza in quanto la diffusione di anche una soltanto delle suddette informazioni potrebbe danneggiare l'attività o l'immagine dell'Azienda. Inoltre, i collaboratori della stessa sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

e) Trasparenza

I collaboratori della Società sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nell'impostare i rapporti con la stessa, gli stakeholder siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti. In particolare, nella formulazione di eventuali contratti, l'Azienda ha cura di specificare al contraente i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste, in modo chiaro e comprensibile.

f) Qualità dei servizi

L'Azienda sin dall'inizio della propria attività ha scelto di strutturare la propria organizzazione in funzione dei mercati che la stessa ha deciso di servire. Questo ha incentivato l'adozione di procedure e comportamenti aziendali in linea con le richieste della clientela.

La struttura, pertanto, valorizza tutti gli sforzi che vengono compiuti per assicurare la massima qualità dei servizi, grazie a risorse e mezzi dedicati per ogni singola linea di business.

L'Azienda orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei propri clienti, dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi.

g) Concorrenza leale

L'Azienda intende tutelare il valore della concorrenza leale astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante.

h) Valorizzazione dei fornitori

La Società pone al centro del proprio orizzonte strategico la valorizzazione delle risorse umane, sia interne che esterne. In quest'ambito i fornitori assumono un ruolo assolutamente innovativo, ovvero di partnership forte e integrata con il sistema di valori aziendali.

L'Azienda intende costruire gradualmente un'identità aziendale capace di essere fortemente attrattiva ed inclusiva, in modo da creare una *comunità*, formata dalla Società, clienti e fornitori. Questi ultimi, dunque, sono per l'Azienda parte integrante di questo sistema e ne rappresentano un elemento vitale.

i) Equità dell'autorità

Nella sottoscrizione e gestione dei rapporti contrattuali che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche, in special modo con i collaboratori, la Società si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitandone ogni abuso.

In particolare, l'Azienda garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e autonomia del collaboratore, e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei collaboratori.

Lo stile della *leadership*, oltre ad essere manageriale, è comunque improntato al riconoscimento dell'autorevolezza delle decisioni e delle scelte, in modo che questo contribuisca all'attenuazione dei potenziali conflitti. Essere autorevoli, inoltre, contribuisce in maniera decisiva a creare consenso intorno alle decisioni che vengono assunte e a generare condivisione degli obiettivi.

j) Centralità delle risorse umane

I collaboratori della Società sono un fattore indispensabile per il suo successo. Per questo motivo, l'Azienda tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio personale e professionale posseduto da ciascun collaboratore, affinché l'energia e la creatività dei singoli trovi piena espressione nella realizzazione del proprio potenziale.

Per l'Azienda le persone sono un elemento indispensabile per l'esistenza dell'impresa. Il valore delle persone e la loro professionalità sono condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi aziendali.

La Società intende pertanto stabilire un clima aziendale e uno stile di leadership che pongano le risorse umane nelle condizioni di attuare iniziative tali da determinare il successo dell'Azienda.

L'Azienda garantisce l'integrità fisica e morale dei suoi collaboratori nonché condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Per questa ragione non sono tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

k) Responsabilità verso la collettività e il territorio

L'Azienda è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale delle comunità in cui opera.

Difatti tutte le politiche sono volte alla massimizzazione della ricaduta economica nel territorio in cui si opera utilizzando laddove possibile maestranze locali e fornitori adeguatamente selezionati anche su base Nazionale.

l) Tutela del diritto d'autore

La Società persegue l'obiettivo del rispetto delle norme in materia di proprietà intellettuale e plagio, in particolare la disciplina di protezione del diritto d'autore.

m) Tenuta delle scritture contabili

La Società richiede il pieno rispetto delle leggi e della normativa vigente sull'accuratezza e la completezza dei libri e della documentazione contabile. È proibito istituire fondi occulti o non registrati per qualsivoglia

scopo. Dovrà essere tenuto un sistema di controllo contabile interno atto a garantire che le registrazioni delle transazioni consentano l'elaborazione dei bilanci in conformità con i principi contabili ed atto a rendere conto di tutti i beni della Società.

n) Antiriciclaggio

Non devono essere posti in essere comportamenti idonei a consentire o agevolare la ricettazione, il riciclaggio, l'autoriciclaggio o l'impiego di denaro, di beni o di utilità di provenienza illecita e di finanziamento di attività aventi finalità di terrorismo o di eversione all'ordine democratico.

o) Ambiente

L'Azienda persegue l'obiettivo di rispettare e far rispettare l'ambiente. Essendo acclarato che la "qualità dell'ambiente" è ormai considerata una caratteristica peculiare della "qualità della vita", essa rappresenta una condizione essenziale dello sviluppo economico aziendale: ne consegue che le attività svolte dal sistema produttivo della Società nel suo complesso devono svolgersi nei limiti previsti dalla legge e comunque tali da non compromettere l'equilibrio biofisico, gli ecosistemi, le biodiversità, le specie animali, vegetali o le aree naturali protette o sottoposte a vincoli e, nel contempo, devono permettere lo sviluppo economico sostenibile.

p) Prevenzione della Corruzione

L'Azienda, nello svolgimento delle sue funzioni, opera nel rigoroso rispetto delle disposizioni normative in materia di prevenzione e contrasto della corruzione anche attraverso la predisposizione e l'attuazione della Linea di Condotta "Prevenzione e repressione della corruzione".

Ciascun Collaboratore è chiamato a contribuire con il suo comportamento e la sua attività lavorativa al processo aziendale di promozione dell'integrità, della legalità e della trasparenza fornendo, altresì all'Organismo di Vigilanza dati e/o informazioni di propria competenza.

Chiunque venga a conoscenza di comportamenti illeciti o del mancato rispetto delle disposizioni contenute nelle Linee di Condotta e nella normativa correlata è tenuto a fornire tempestiva segnalazione al proprio superiore gerarchico o all'Organismo di Vigilanza.

2.1 Destinatari del Codice Etico

I Destinatari del presente Codice Etico sono:

- i Soci;
- gli Amministratori;
- i Sindaci;
- i Dipendenti;
- i Collaboratori;
- tutti coloro che direttamente o indirettamente, in via stabile o temporanea, instaurano rapporti con la Società.

L'Azienda promuove la diffusione del Codice Etico affinché tutti i Destinatari vi si adeguino e conformino i loro comportamenti a quanto in esso contenuto.