

Codice Etico

Dinnanzi alla sempre più ampia affermazione nella società dei valori della libera iniziativa ed alla riconosciuta funzione sociale del libero mercato e della proprietà privata, il sistema confederale si pone con senso di responsabilità e con integrità morale l'obiettivo di continuare a contribuire al processo di sviluppo dell'economia italiana ed alla crescita civile del Paese. In questo quadro, la Confindustria ritiene elemento sostanziale di tutto il sistema il dovere di:

- preservare ed accrescere la reputazione della classe imprenditoriale quale forza sociale autonoma, responsabile ed eticamente corretta;
- contribuire concretamente, in primo luogo attraverso i suoi stessi comportamenti, al miglioramento del sistema-Paese.

La Confindustria si impegna e per suo tramite si impegnano tutte le sue componenti:

- le Associazioni;
- gli imprenditori associati;
- gli imprenditori che rivestono incarichi associativi;
- gli imprenditori che rappresentano il sistema in organismi esterni: ad attuare con trasparenza e rispettare modelli di comportamento ispirati all'autonomia, integrità, eticità ed a sviluppare le azioni coerenti.

Tutto il sistema, dal singolo imprenditore associato ai massimi vertici confederali, dovrà essere partecipe e coinvolto nel perseguimento degli obiettivi e nel rispetto delle relative modalità, in quanto ogni singolo comportamento non eticamente corretto non solo provoca negative conseguenze in ambito associativo, ma danneggia l'immagine dell'intera categoria e del sistema, presso la pubblica opinione, presso il legislatore e la Pubblica amministrazione.

La eticità dei comportamenti non è valutabile solo nei termini di stretta osservanza delle norme di legge e dello statuto. Essa si fonda sulla convinta adesione a porsi, nelle diverse situazioni, ai più elevati standard di comportamento.

Il processo con cui tali obiettivi possono essere raggiunti è necessariamente bidirezionale. Il sistema rappresentativo fornisce le linee di indirizzo, gli strumenti ed i supporti concreti che rendano possibili gli alti standard di comportamento richiesti e le Associazioni si impegnano a recepirle nei propri statuti e ad adottare comportamenti conseguenti.

Associati

Nel far parte del sistema confederale, gli imprenditori si impegnano a tener conto, in ogni loro comportamento professionale ed associativo, delle ricadute sull'intera imprenditoria e sul sistema confederale. Essi pertanto si impegnano:

- a) come imprenditori
 - ad applicare compiutamente leggi e contratti di lavoro;
 - a comportarsi con giustizia nei confronti dei propri collaboratori, favorendone la crescita professionale e salvaguardando la sicurezza sul lavoro;
 - ad assumere un atteggiamento equo e corretto nei confronti di clienti, fornitori e concorrenti;
 - a mantenere rapporti ispirati a correttezza ed integrità con la Pubblica amministrazione e con i partiti politici;
 - a considerare la tutela dell'ambiente e la prevenzione di ogni forma di inquinamento un impegno costante;
- b) come associati
 - a partecipare alla vita associativa;
 - a contribuire alle scelte associative in piena integrità ed autonomia da pressioni interne ed esterne, avendo come obiettivo prioritario l'interesse dell'intera categoria e dell'Associazione;
 - ad instaurare e mantenere un rapporto associativo pieno, ed escludere la possibilità di rapporti associativi con organizzazioni concorrenti o conflittuali; a comunicare preventivamente alle Associazioni del sistema altre diverse adesioni;
 - a rispettare le direttive che l'Associazione deve fornire nelle diverse materie e ad esprimere le personali posizioni preventivamente nelle sedi proprie di dibattito interno;

- ad informare tempestivamente l'Associazione di ogni situazione suscettibile di modificare il suo rapporto con gli altri imprenditori e/o con l'Associazione, chiedendone il necessario ed adeguato supporto.

Vertici associati

L'elezione è subordinata alla verifica della piena rispondenza dei candidati ad una rigorosa e sostanziale aderenza ad ineccepibili comportamenti personali, professionali ed associativi.

I candidati si impegnano a fornire alle istanze competenti tutte le informazioni necessarie e richieste.

I nominati si impegnano a:

- assumere gli incarichi per spirito di servizio verso gli associati, il sistema confederale ed il mondo esterno, senza avvalersene per vantaggi diretti o indiretti. Tutte le cariche associative sono gratuite;
- mantenere un comportamento ispirato ad autonomia, integrità, lealtà e senso di responsabilità nei confronti degli associati e delle istituzioni, azzerando le personali opzioni politiche nel corso dell'incarico;
- seguire le direttive confederali, contribuendo al dibattito nelle sedi proprie, ma mantenendo l'unità del sistema verso il mondo esterno;
- fare un uso riservato delle informazioni di cui vengono a conoscenza in virtù delle proprie cariche;
- trattare gli associati con uguale dignità a prescindere dalle loro dimensioni e settori di appartenenza;
- mantenere con le forze politiche un comportamento ispirato ad autonomia ed indipendenza, fornendo informazioni corrette per la definizione dell'attività legislativa ed amministrativa;
- coinvolgere effettivamente gli organi decisorii dell'Associazione per una gestione partecipata ed aperta alle diverse istanze;
- rimettere il proprio mandato qualora per motivi personali, professionali o oggettivi la loro permanenza possa essere dannosa all'immagine dell'imprenditoria e dell'Associazione.

Rappresentanti esterni

Vengono scelti tra gli associati, secondo criteri di competenza ed indipendenza, su delibera degli organi competenti, secondo gli statuti.

Le Associazioni si impegnano ad informare la Confindustria sulle loro rappresentanze in enti esterni.

I rappresentanti si impegnano:

- a svolgere il loro mandato nell'interesse dell'ente designante e degli imprenditori associati nel rispetto delle linee di indirizzo che le Associazioni sono tenute a fornire;
- alla informativa costante sullo svolgimento del loro mandato;
- ad assumere gli incarichi non con intenti renumerativi;
- a rimettere il loro mandato ogni qual volta si presentino cause di incompatibilità od impossibilità di una partecipazione continuativa o comunque su richiesta delle Associazioni;
- ad informare e concordare con l'Associazione ogni ulteriore incarico derivante dall'ente in cui si è stati designati.

* * *

Per la verifica e l'applicazione delle norme comportamentali sopra indicate è demandato ai Collegi dei Probiviri – che saranno costituiti oltre che da Confindustria anche da tutte le Associazioni aderenti – il compito di fornire un parere, obbligatorio ma non vincolante, sul profilo personale e professionale degli imprenditori che: chiedano di aderire all'Associazione; siano candidati agli incarichi associativi; o vengano proposti per gli incarichi esterni.

Il Collegio dei Probiviri sarà eletto con voto segreto dall'Assemblea e non cooptato, in un momento diverso dalla elezione del Presidente (un anno prima).

A livello centrale, tale organismo può essere adito in seconda istanza da tutti i soggetti interessati a livello locale o categoriale, o agire di proprio impulso.

Carta dei valori

SOMMARIO

Parte prima:

La Carta dei Valori come percorso

1. Produrre valore attraverso i valori
2. Affrontare l'allargamento delle componenti
3. Riconoscere la forza delle differenze
4. Promuovere costantemente l'integrazione
5. Accompagnare gli interessi verso i valori

Parte seconda:

La Carta dei Valori come prodotto

1. I criteri di scelta
2. Anima Industriale e Anima Associativa
3. Dieci valori per svilupparsi

Anima industriale

- L'Imprenditorialità
- La Continuità
- Il Mercato
- Il Sistema d'Impresa
- Essere nel Territorio e nel Settore

Anima associativa

- Il Riconoscersi
- La Differenza
- La Pari Dignità
- La Leadership
- L'Indipendenza

PARTE PRIMA

LA CARTA DEI VALORI COME PERCORSO

1. Produrre valore attraverso i valori

Confindustria ritiene di darsi una Carta dei Valori perché è consapevole di essere cresciuta molto per numero e per tipologia di associati e di essere destinata a crescere ancora.

La crescita porta con sé arricchimento e forza e richiede integrazione e compattezza.

Confindustria attraverso la Rappresentanza degli interessi, attraverso i Servizi e anche tramite l'Identità collettiva che esprime, richiama implicitamente alcuni fondamentali valori condivisi che producono valore aggiunto associativo e che sono il motivo dello stare insieme.

La Carta dei Valori di Confindustria ha molteplici obiettivi:

- serve ad esplicitare i valori condivisi;
- è un documento che ha come riferimento il sistema confederale nel suo insieme;
- intende affiancare Statuto e Codice Etico;
- mutua i valori dell'impresa e li declina all'interno di un sistema associativo complesso;
- sceglie tra i tanti valori possibili quelli che possono accompagnare l'associazione nel medio-lungo periodo più che nell'immediato;
- viene costruita attraverso un metodo di confronto condiviso e tale da far emergere la catena del valore dell'essere associati.

Come l'azienda mira a sviluppare una catena del valore aziendale, così l'associazionismo d'impresa può sviluppare una catena del valore associativo.

2. Affrontare l'allargamento delle componenti

Negli ultimi anni sono cadute molte barriere, molte sovrastrutture presenti per molti anni nei mercati italiani della produzione e degli scambi. Questa rinnovata libertà ha fatto confluire in Confindustria imprese con culture diverse e tradizioni diverse.

Questo processo di allargamento è un segnale evidente della forza di attrazione di Confindustria che genera, contemporaneamente, la necessità di guidare l'espansione delle componenti medesime.

Oggi sono presenti nel sistema:

- imprese di piccola e grande dimensione;
- soggetti provenienti dal mondo del terziario innovativo, che sono espressione di un processo di affiancamento all'industria o che addirittura risultano essere frutto dei processi di ristrutturazione e di esternalizzazione da parte delle imprese;
- soggetti che tradizionalmente si collocano a valle del sistema produttivo, ma che intendono assumere un approccio e un'identità di tipo "industriale" nel loro modo di operare (è il caso ad esempio del turismo);
- soggetti di rete (precedentemente pubblici) che hanno intrapreso la strada della graduale liberalizzazione e privatizzazione, con la conseguenza di dover assumere via via comportamenti aziendali e di mercato (è il caso dell'ENI, della Telecom, delle FS).

Ciò che accomuna lo stare insieme di tali soggetti, pur diversi nella loro origine, è la loro natura di impresa, come struttura organizzata che produce valore.

L'aquila confederale, il marchio in cui si riconoscono le imprese di Confindustria, costituisce il simbolo dell'Identità comune e opera come richiamo unificante per tutti gli associati, qualunque sia la loro provenienza.

La Carta dei Valori rappresenta il Minimo Comune Denominatore

PARTE SECONDA

LA CARTA DEI VALORI COME PRODOTTO

1. I criteri di scelta

Costruire un insieme di valori comuni richiede di precisare qualità e livello dei medesimi, per non cadere nella banalità del generico da un lato o del troppo specifico dall'altro.

I valori considerati sono definibili come:

- ciò che viene condiviso dagli associati;
- ciò che determina le ragioni del loro “stare insieme”;
- ciò che legittima i comportamenti degli associati;
- ciò che orienta concretamente le scelte dell'organizzazione;
- ciò che consente il perseguimento degli scopi associativi;
- ciò che dà continuità all'Organizzazione.

L'insieme dei valori può essere definito come il nucleo dell'Identità associativa.

La Carta fa riferimento a:

- valori di tutto il sistema confederale e non di specifiche parti o componenti di esso;
- valori di impresa e non dell'imprenditore, visto che il sistema confederale associa imprese;
- valori “intermedi”; né troppo generali né troppo specifici, atti a disegnare un Minimo Comune Denominatore Valoriale;
- valori di scenario, in una prospettiva di 5-10 anni, poiché la processualità della costruzione della Carta dei Valori non può che essere attivata con riferimento a trend evolutivi di tipo medio-lungo;
- valori interni e valori esterni al sistema confederale.

2. Anima Industriale e Anima Associativa

I valori sono stati suddivisi in due gruppi: quelli relativi all'Anima Industriale e quelli relativi all'Anima Associativa.

La prima categoria comprende i valori tipici dell'azienda industriale, intesa nel senso originario del "produttore di beni", integrato dalle logiche attuali, sino all'imprenditore dei servizi di mercato.

Essa perciò unisce trasversalmente gli associati al sistema confederale, unificandoli di fatto, all'insegna dei processi evoluti di produzione, indipendentemente dal settore di appartenenza o dalle dimensioni d'impresa o dalla tipologia proprietaria.

La seconda categoria comprende i valori tipici dell'associazione di imprese, intesa nel senso consolidato di soggetto collettivo, il quale offre Identità, Rappresentanza, Servizi, in tutte le forme più evolute e sofisticate.

I valori della prima categoria vengono assunti nella Carta dei Valori, in quanto distintivi dell'Identità d'Impresa, ma mutuati all'interno del sistema associativo.

I valori della seconda categoria vengono incorporati nella carta dei Valori, in quanto distintivi dell'Identità associativa (e, in quanto tali, si aggiungono ai precedenti).

Entrambe le tipologie dei valori entrano a formare la "catena del valore associativo" del sistema confederale.

3. Dieci valori per svilupparsi

L'ANIMA INDUSTRIALE

COSTITUISCE UN INSIEME DI VALORI DA RECUPERARE ATTRAVERSO IL PERSEGUIMENTO DI ALCUNI SPECIFICI VALORI RICONOSCIUTI DALLE IMPRESE DI CONFINDUSTRIA.

1. L'IMPRENDITORIALITÀ è un valore

Al centro del sistema associativo è l'impresa e ciò che accomuna il sistema è il fare impresa.

Il sistema associativo rappresenta l'impresa che prevale sull'imprenditore: al centro del sistema è l'impresa con la quale l'imprenditore si identifica nelle vicende e negli scopi.

Nel sistema associativo si riconoscono tutte quelle imprese che attraverso processi di trasformazione producono valore: l'identità non è data dalla produzione di beni o servizi ma dalla titolarità di una gestione che produce valore attraverso qualità dei processi.

Perseguire, sostenere, diffondere, far crescere la cultura d'impresa è un valore per il sistema associativo, sia verso l'interno sia verso l'esterno.

Il sistema associativo assume come valore sviluppare competenze e comportamenti finalizzati a concretizzare questa cultura d'impresa sia tra gli associati che sull'esterno.

2. La **CONTINUITÀ** è un valore

L'impresa ha come scopo e valore fondamentale la sua continuità nel tempo, perseguibile solo andando oltre la logica del risultato immediato per raggiungere la più efficace stabilità e continuità del risultato stesso.

L'impresa ha per valore lo sviluppo inteso come crescita qualitativa e non necessariamente solo quantitativa del valore dell'impresa.

Il sistema associativo persegue contemporaneamente due scopi: il risultato e l'accrescimento del valore dell'impresa.

Il sistema associativo assume come valore la scelta di quelle soluzioni ed azioni che favoriscono continuità di risultati nel tempo ed accrescimento del patrimonio del sistema delle imprese.

3. Il **MERCATO** è un valore

L'impresa sceglie il libero mercato come l'ambiente più favorevole per ottenere una vera e reale continuità; il mercato va regolato solo per evitare distorsioni.

Per converso in un libero mercato sono legittimate sole le imprese competitive, in grado cioè di produrre un progressivo sviluppo con un ottimale impiego di risorse.

Il sistema associativo assume come valore di difendere, proteggere e sviluppare sia il mercato come luogo di confronto sia la legittimità delle imprese competitive.

4. Il **SISTEMA D'IMPRESA** è un valore

Il sistema industriale vive, prospera e si sviluppa nel sistema esterno con particolare riferimento all'Unione Europea.

Fare sistema tra le imprese è sempre più una necessità oltre che una opportunità poiché la competizione richiede di allungare la catena del valore creando sempre più ampi e trasversali collegamenti.

Il sistema associativo assume come valore l'interdipendenza tra sistema industriale e sistema esterno come generatrice di valore.

Il sistema opera su tutte le variabili di questa interdipendenza.

Il sistema associativo assume come valori sia il fare sistema tra le imprese che il fare sistema tra imprese e contesto esterno.

5. Essere nel **TERRITORIO** e nel **SETTORE** è un valore

L'impresa è forte e competitiva se è in grado di confrontarsi e di competere nel proprio settore di business ma anche se è fortemente radicata nel territorio, sia dal punto di vista culturale che operativo.

Il sistema associativo assume come valore lo sviluppo delle condizioni della competitività lungo due assi: quella del settore e quella del territorio.

L'ANIMA ASSOCIATIVA

SI BASA SU UN INSIEME DI PRINCIPI E PUNTI DI RIFERIMENTO COMUNI DA RECUPERARE ATTRAVERSO IL PERSEGUIMENTO DEGLI SPECIFICI VALORI.

6. Il **RICONOSCERSI** nel sistema confederale è un valore

Gli imprenditori associati attribuiscono valore al riconoscersi in un logo (l'aquila confederale) che esprime la forza comune capace di ascoltare e di farsi ascoltare sia all'esterno che all'interno e che genera l'orgoglio di essere associati sotto una stessa bandiera.

Il sistema associativo assume come valore la partecipazione degli imprenditori associati in quanto protagonisti, prima che destinatari, delle scelte del sistema stesso.

Riconoscersi e partecipare è il modo di stare insieme condividendo gli stessi valori di impresa e di associazione.

7. La **DIFFERENZA** tra gli aderenti è un valore

Esistono molte e crescenti differenze tra le imprese: differenza non vuol dire contrapposizione ma specificità e focalizzazione.

Il sistema associativo ritiene che le differenze sono una fonte di ricchezza per il sistema, del quale rafforzano l'autorevolezza e la rappresentatività: accettare di riconoscere le differenze è un valore.

Il sistema associativo assume come valore il pieno rispetto, riconoscimento ed apprezzamento delle differenze.

8. La **PARI DIGNITÀ** è un valore

Le imprese rappresentate, indipendentemente da tipologia, dimensione, etc., sono riconosciute come diverse ma pari.

Le imprese, infatti, possono essere diverse per quanto attiene

agli interessi parziali e di breve ma sono pari nella ricerca di scopi comuni, di sinergie di sistema, di riconoscimento di valori.

Per questo il sistema associativo assume come valore la tutela degli interessi attraverso decisioni ed azioni che puntano a realizzare il valore dello sviluppo.

9. La **LEADERSHIP** associativa è un valore

Il sistema associativo esprime leadership percependo i cambiamenti ed agendo prima degli altri, in modo forte e credibile.

Il sistema associativo assume come valore la capacità di proporre, non solo agli associati ma a tutti i protagonisti dello sviluppo, percorsi ottimali che siano possibili oltre che desiderabili.

10. **L'INDIPENDENZA** è un valore

Il sistema associativo esercita la propria funzione e persegue i propri scopi senza accettare interferenze, in completa autonomia.

Il sistema associativo assume come valore la propria indipendenza culturale ed operativa rispetto sia al mondo esterno, politico, istituzionale, governativo sia all'interno nei confronti di imprese o settori portatrici di interessi specifici.



unem

Piazzale Luigi Sturzo 31 – 00144 Roma

Tel. 06.5423651 – Fax 06.59602920

www.unem.it