

CODICE ETICO di COMPORTAMENTO

La filosofia dello Studio di Consulenza Bergonzani Candi, che si occupa di Sicurezza, Qualità, Ambiente, Igiene e sicurezza degli Alimenti, è quella di porre il cliente in primo piano e di soddisfare le sue richieste, attraverso delle risposte su misura, altamente qualificate, nonché di offrire dei servizi innovativi volti ad anticipare le sue esigenze future.

L'aggiornamento costante sulle materie trattate, nelle diverse aree di competenza, l'utilizzo di strumenti di lavoro tecnologicamente avanzati, l'integrazione della struttura organizzativa interna, la propensione per il lavoro di squadra, sono tutti elementi che rispecchiano la volontà di costituire un punto di riferimento per la propria clientela, alla quale poter fornire un servizio di consulenza globale.

La scelta di "costruire" un Codice Etico rispecchia esattamente questo orientamento, nella convinzione che ciò conduca a creare un ambiente di lavoro coeso e proficuo, e, conseguentemente, a fornire un miglior servizio al cliente.

1. INTRODUZIONE

1.1. LA COSTRUZIONE DEL CODICE ETICO

Il nostro Codice Etico descrive l'insieme dei valori e dei principi etici che caratterizzano l'attività di tutti coloro i quali operano all'interno dello Studio.

La costruzione del codice etico ha avuto come punto di partenza le norme e i principi del d.lgs. 231/2001 e del Codice Deontologico della Privacy.

1.2 OBIETTIVI

L'obiettivo principale del Codice Etico è quello di far sì che ogni persona, nell'esercizio della propria attività professionale, adotti comportamenti eticamente positivi all'interno e all'esterno dello Studio.

Nella fattispecie, la condivisione e l'osservanza dei valori e dei principi etici si è tradotta, in termini concreti, oltre che in una forte aggregazione interna e in relazioni esterne "trasparenti", nella instaurazione di rapporti duraturi con i propri clienti.

1.3 DESTINATARI

Il Codice Etico si rivolge a tutti i professionisti, dipendenti, collaboratori dello Studio, denominati "destinatari del codice", che devono conoscere e osservare le norme deontologiche in esso contenute, improntando la propria condotta alla cooperazione e reciproca collaborazione.

Attraverso il Codice, lo Studio, vuole, altresì, promuovere e comunicare all'esterno i valori guida che contraddistinguono le proprie metodologie di lavoro.

La consultazione del Codice Etico è, quindi, aperta a chiunque volesse prenderne visione e, per tale ragione, lo stesso è stato pubblicato on line sul sito web, in un'area dedicata.

2. PRINCIPI GENERALI

2.1 PROFESSIONALITA' E COMPETENZA

Ciascun destinatario del codice ha l'obbligo del continuo aggiornamento e della formazione professionale continua, con l'obiettivo di fornire un contributo professionale adeguato al progetto che gli viene assegnato. Di conseguenza, egli è tenuto a non accettare incarichi che sappia di non poter svolgere con la necessaria competenza e deve, nelle uscite, indossare sempre i DPI previsti. In quest'ottica, lo Studio promuove la crescita e la preparazione professionale delle risorse umane che sono, infatti, periodicamente impegnate in convegni, corsi ed aggiornamenti sulle novità e tendenze che riguardano le singole specializzazioni.

2.2 SEGRETEZZA e RISERVATEZZA

I destinatari del codice, oltre a rispettare l'obbligo del segreto professionale, devono assicurare la massima riservatezza in relazione alle notizie e alle informazioni apprese dai propri clienti e dai portatori d'interesse con cui entrano in contatto, nell'osservanza delle norme giuridiche vigenti e di quelle espressamente previste per il trattamento dei dati personali. L'impegno dello Studio è rivolto a creare le condizioni affinché la riservatezza sia mantenuta da tutti coloro che, a qualunque titolo, operano al suo interno e per conto dello stesso.

2.3 CORRETTEZZA E LEALTA'

L'attività professionale deve essere svolta rispettando il principio di correttezza e lealtà nei confronti del cliente e dei terzi coinvolti. I destinatari del codice sono tenuti ad anteporre gli interessi del cliente a quelli propri rifiutando raccomandazioni o segnalazioni, che possano recare indebiti vantaggi per sé o per lo Studio e a non utilizzare a fini personali beni, materiali ed immateriali, di cui dispongano nello svolgimento degli incarichi che vengono loro assegnati.

2.4 QUALITA'

Lo Studio è orientato alla soddisfazione del cliente e indirizza la propria attività ai più elevati standard di qualità. L'obiettivo più importante che tutti i destinatari del Codice devono perseguire è, quindi, quello di creare relazioni di qualità con i propri clienti. Sotto tale aspetto la qualità relazionale, soprattutto nelle attività di erogazione di servizi, deriva e si origina dall'espressione di comportamenti ad alta affidabilità e trasparenza, uniti all'utilizzo di capacità di ascolto ed empatie elevate, al fine di far vivere ai propri interlocutori un'esperienza positiva.

2.5 TUTELA DELL'IMMAGINE

La tutela dell'immagine rappresenta un aspetto di particolare importanza per lo Studio. Tutti i destinatari del Codice devono impegnarsi a rispettare i principi del presente Codice nei rapporti tra colleghi, con i clienti, fornitori e terzi in generale, mantenendo un contegno decoroso e conforme allo stile dello Studio.

3. PRINCIPI ETICI DI COMPORTAMENTO NELLE RELAZIONI INTERNE

Nei rapporti all'interno dello Studio, i destinatari del Codice sono tenuti ad interagire lealmente, secondo buona fede e con la massima trasparenza, agevolando la diffusione, chiara e puntuale, di informazioni su tutti quegli elementi che possano favorire o, al contrario, ostacolare, l'esercizio della professione e dei suoi sviluppi futuri. Inoltre, sono tenuti ad adottare un comportamento rispettoso, cortese e cordiale. Costituiscono manifestazioni di rispetto e di correttezza, ad esempio, la puntualità, il riguardo nei confronti di un collega in difficoltà, l'utilizzo delle strutture dello Studio a fini personali, la visione di internet/mail a fini personali al di fuori delle pause previste durante l'orario di lavoro, l'astensione da iniziative che contribuiscano ad attirare il cliente assistito da altri nella propria esclusiva sfera. Per contro, devono evitare atti o comportamenti caratterizzati da conflittualità che violino o possano far ritenere violate le norme dei Codici Deontologici o quelle contenute nel Codice.

4. PRINCIPI ETICI DI COMPORTAMENTO NELLE RELAZIONI ESTERNE

I destinatari del Codice, nell'esercizio della loro attività, devono rispettare tutti i principi generali indicati ai punti 2.1., 2.2., 2.3., 2.4 e 2.5 del presente Codice. Sono tenuti, altresì, ad usare la massima chiarezza nei rapporti con il cliente, ovvero ad illustrare con semplicità gli elementi essenziali e gli eventuali rischi connessi alla pratica che viene loro affidata. Il rapporto con il cliente è fondato essenzialmente sulla fiducia e, pertanto, i destinatari del codice devono adottare comportamenti professionali che ne siano meritori, dimostrando serietà, disponibilità e rispetto nei confronti del cliente stesso.

5. MODALITA' DI COMUNICAZIONE E ATTUAZIONE DEL CODICE

Il presente Codice è portato a conoscenza di tutti gli interessati, all'interno e all'esterno dello Studio, attraverso attività di comunicazione dedicate.

Nella fattispecie una copia cartacea del Codice Etico è affissa in Studio ed inoltre, si è provveduto a inserire una versione in formato elettronico sul sito dello Studio.

Allo scopo di assicurare una corretta comprensione dei principi del Codice e per raccogliere eventuali segnalazioni e/o suggerimenti, periodicamente vengono organizzate delle sedute di aggiornamento con tutti gli interni.

Il Codice, secondo la filosofia dello Studio, non rappresenta, infatti, un adempimento burocratico, ma un momento di riflessione e di stimolo che può diventare una occasione di sviluppo e di evoluzione del sistema dei valori e, poi, dei comportamenti delle persone.

6. CONSEGUENZE IN CASO DI VIOLAZIONE

Lo Studio, pur riconoscendo al Codice Etico la sua funzione eminentemente negativa, interpreta lo stesso come strumento volto a promuovere e stimolare comportamenti eticamente positivi. Pertanto, al fine di assicurare l'effettività e l'efficacia del presente Codice non è stato predisposto un sistema sanzionatorio formale e dissuasivo. In caso di violazione dei principi in esso contenuti, a seconda della gravità, verrà esaminato, da parte dei titolari, il caso specifico. Le conseguenze saranno decise sulla base del rilievo che assumono le singole fattispecie considerate, tenuto conto delle specifiche circostanze che hanno determinato l'adozione di comportamenti in contrasto con i principi etici descritti.