Camera di Commercio
Roma

AREA VIII – DISCIPLINA DEL MERCATO

P.O. CONTRATTUALISTICA E CONCORRENZA

CODICE ETICO PER IMPRESE ARTIGIANE E INDUSTRIALI OPERANTI NEL SETTORE DELL'IMPIANTISTICA

Premessa

Il codice etico, di seguito “Codice”, contiene norme comportamentali mirate a qualificare l’attività delle imprese aderenti secondo i principi della correttezza e della buona fede volti ad improntare la condotta degli operatori economici che intendano agire responsabilmente sul mercato.

Titolo I

Principi generali

Art. 1 – Finalità e destinatari del codice

Le finalità del presente Codice sono quelle di uniformare l’attività di impresa ai migliori standard di condotta in linea con i principi della responsabilità sociale d’impresa, nonché di stimolare la crescita professionale degli imprenditori e la promozione di un mercato libero e competitivo.

Il presente Codice si rivolge alle le imprese che ad esso aderiscono, artigiane e/o industriali, facenti parte del settore dell’impiantistica; le suddette imprese avranno cura di adottare le misure idonee per vincolare all’osservanza del presente Codice i propri amministratori, dipendenti e dirigenti.

L’impresa si impegna altresì a coinvolgere anche fornitori, consulenti e collaboratori esterni al rispetto dei principi che ispirano il presente Codice.

Art. 2 – Principi generali

Nello svolgimento della propria attività l’impresa aderente si attiene scrupolosamente alle norme civili, penali e amministrative, nonché a quelle del presente Codice, osservando i principi di lealtà, probità e correttezza nei confronti di tutti i soggetti, pubblici e privati, con i quali entra in relazione, siano essi clienti, fornitori, concorrenti, terzi.

L’impresa aderente si impegna a vigilare con la massima attenzione sull’osservanza delle regole del Codice predisponendo adeguati strumenti d’informazione, prevenzione e controllo e intervenendo, se necessario, con azioni correttive. L’impresa, inoltre, si impegna ad assicurare, ai soggetti interessati, un adeguato programma d’informazione continua sul presente Codice.

Art. 3 – Rispetto dei diritti umani, delle risorse umane e dell’ambiente

L’impresa riconosce il valore supremo della persona umana e si impegna al rispetto dei Diritti umani prestando particolare attenzione, nell’esercizio dell’attività, alla tutela dei minori.

I dipendenti ed i collaboratori sono riconosciuti come indispensabili per il successo dell’attività dell’impresa che ne garantisce l’integrità fisica e morale, assicurando condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale, nonché ambienti di lavoro sicuri e salubri.

L’impresa si impegna a tener conto dell’impatto ambientale delle proprie iniziative attuando comportamenti da cui non derivino conseguenze negative per l’ambiente.

Art. 4 – Aggiornamento e divulgazione del Codice

Le associazioni di categoria provvedono all’aggiornamento del Codice curandone la divulgazione.

Titolo II

Obblighi relativi ai rapporti con i principali *stakeholders* nello svolgimento dell'attività

Art. 5 – Equità delle clausole contrattuali

L' impresa si impegna ad utilizzare condizioni generali di contratto, moduli contrattuali e formulari che assicurino chiarezza, equità e trasparenza.

L' impresa si impegna a non abusare della propria eventuale posizione dominante di mercato, in particolare evitando di ingenerare un significativo squilibrio di diritti ed obblighi in proprio favore e in pregiudizio di altri.

Art. 6 – Esecuzione dei contratti

L'impresa, nell'esecuzione di qualsiasi contratto con fornitori e clienti, si attiene al principio della buona fede in senso oggettivo.

Art. 7 – Conciliazione e arbitrato

L'impresa adotta preferibilmente strumenti di composizione non giudiziale delle controversie, sia conciliative che arbitrali avvalendosi, in particolare, dei servizi prestati dalle Camere arbitrali istituite presso le Camere di commercio.

Sezione I – Rapporti con i clienti

Art. 8 – Obbligo di lealtà

L'impresa impronta tutta la propria attività intorno alla figura del cliente. Si impegna pertanto a recepire le esigenze dei clienti e a soddisfarle al meglio.

Alla base della politica aziendale dell'impresa vi è, quale obiettivo primario, la soddisfazione delle esigenze del consumatore, in quanto la perdita di un cliente è considerata un grave evento negativo. L'impresa mette quindi in atto sistemi per conoscere i propri clienti, capirne le esigenze e misurarne la soddisfazione, tenuto conto della natura del lavoro eseguito.

Il personale è addestrato a supportare questi sistemi, particolarmente per quanto concerne la misurazione della customer satisfaction.

Art. 9 - Rispetto dei requisiti di correttezza, imparzialità e trasparenza nei rapporti contrattuali

Nei rapporti contrattuali con il cliente l' impresa, anche al fine di individuarne compiutamente le esigenze, opera, sin dalla fase delle trattative, con la massima chiarezza, veridicità e trasparenza.

L'impresa si astiene dal porre in essere pratiche commerciali che possano essere considerate ingannevoli o trasgressive e, in quanto tali, limitative della libertà di scelta o comportamento.

In particolare, sono sempre evidenziati con precisione al cliente:

1. copia del contratto nel quale sono indicati i servizi inclusi ed eventualmente i servizi da conteggiare a parte;
2. le modalità e i tempi di esecuzione del servizio;
3. i prezzi della fornitura, le modalità e i termini di pagamento.

Sono inoltre comunicate al cliente:

a) le garanzie e le certificazioni sulla qualità dei materiali e la loro posa in opera;
b) l'esistenza e le condizioni delle garanzie successive alla messa a disposizione del servizio;
c) la qualità dei materiali e dei componenti utilizzati;
d) un preziario del tipo di interventi che vengono svolti;
e) i requisìti tecnico- professionali ai sensi del DM 37/2008

Art. 10 – Applicazione dei contratti tipo elaborati dalla CCIAA di Roma

Nell'ambito della propria attività, l'impresa utilizza i contratti tipo in materia di artigianato elaborati dalla Camera di Commercio di Roma o, in caso di loro inesistenza, di quelli elaborati dal coordinamento nazionale Unioncamere; può altresì utilizzare altri moduli contrattuali che rispettino i principi contenuti nel contratto tipo e che non siano in contrasto con questi.

Art. 11 – Pubblicità

L'impresa informa i clienti circa l'esistenza e gli effetti del presente Codice.

Art. 12 – Rispetto delle regole di riservatezza e corretto trattamento dei dati personali

L'impresa opera nel rispetto scrupoloso delle leggi poste a tutela della riservatezza delle persone e degli altri soggetti, con particolare riferimento al trattamento dei dati personali.

L'impresa assume tutte le misure necessarie alla protezione dei dati e delle informazioni in suo possesso, sia rispetto a eventi accidentali, sia rispetto ad elaborazioni abusive, anche di propri collaboratori. Le misure di protezione devono essere adeguate al tipo di elaborazione, al tipo di rischio sofferto, allo stato delle conoscenze informatiche.

L'impresa facilita quanto più possibile l'accesso ai dati e alle informazioni in proprio possesso da parte dei soggetti cui i dati e le informazioni sono direttamente riferiti.

Sezione II – Rapporti con i fornitori

Art. 13 – Princìpi ispiratori dei rapporti con i fornitori

I sistemi di controllo delle forniture sono messi in atto nella maniera più idonea in relazione al settore e all'efficienza gestionale.

I rapporti con i fornitori, pur avendo un rilevante interesse economico, non si basano soltanto sul prezzo, bensì riguardano anche altri fattori quali: la costanza della qualità; l'evoluzione del fornitore; la disponibilità a compiere insieme progettazioni o sviluppi di servizi; l'attenzione degli stessi alla qualità; la capacità di implementare azioni correttive a fronte di non conformità dichiarate.

Sezione III – Rapporti con i dipendenti

Art.14 – Sicurezza sul lavoro

L' impresa si impegna ad osservare tutte le leggi in materia di lavoro, con particolare riguardo alla legislazione in materia di sicurezza.

L'impresa si impegna ad adottare le misure necessarie a tutelare l'integrità, la personalità morale e a promuovere lo sviluppo anche professionale dei lavoratori curandone l'addestramento, l'aggiornamento e la formazione continua.

Art.15 – Coinvolgimento nelle politiche aziendali

L' impresa coinvolge opportunamente i dipendenti e i collaboratori, anche attraverso specifiche iniziative di formazione, nel perseguimento degli obiettivi dell'azienda.

Art.16 – Istruzioni ed ordini sul rispetto del codice

L' impresa vigila affinché l'operato dei collaboratori non sia in contrasto con i principi del Codice, sia per quanto riguarda i principi di correttezza, sia per quanto riguarda gli standard di qualità.

I rapporti con i dipendenti sono in ogni caso regolati dal contratto collettivo nazionale di categoria.

Sezione IV – Rapporti con i concorrenti

Art. 17 – Divieto di pratiche di concorrenza sleale

L' impresa si astiene tassativamente dal compiere atti di concorrenza sleale come definiti dalla normativa italiana ed europea e, in ogni caso, da comportamenti che possano essere qualificati come contrari ai principi della concorrenza e del libero mercato. Si astiene dal formulare giudizi sulla professionalità delle imprese concorrenti, ancorché richiesti dal cliente, anche potenziale.

Nella prestazione dei propri servizi al cliente l'impresa può effettuare raffronti e comparazioni con quelli delle imprese concorrenti, purché tassativamente in relazione ad elementi veritieri, omogenei ed obiettivi.

Art. 18 – Pubblicità

L'impresa, nelle comunicazioni pubblicitarie, osserva i principi di veridicità e correttezza e si astiene da ogni tipo di pubblicità ingannevole. Tiene conto delle responsabilità legali e delle implicazioni finanziarie conseguenti alla prestazione di una pubblicità del servizio infondata.

Le comunicazioni al pubblico dell'impresa mirano, attraverso mezzi adeguati e facilmente accessibili, principalmente a:

- informare sul prodotto e sui servizi offerti;
- evidenziare gli aspetti qualitativi e di eccellenza dell'azienda;
- determinare il rapporto tra il prodotto offerto e le reali esigenze del cliente.

Titolo IV
Disposizioni finali

Art. 19 – Rilevanza disciplinare delle violazioni al Codice

Le infrazioni al presente Codice da parte dell'impresa, salvo ogni diverso e ulteriore profilo di responsabilità, costituiscono violazione dello Statuto ……...

Art. 20 – Segnalazioni

Il cliente che ritiene che l'impresa abbia violato una o più disposizioni del presente Codice, può darne notizia, in forma non anonima, al …… ai fini del procedimento disciplinare.

Il ……. potrà valutare ed aggiornare i livelli di effettiva applicazione del Codice, adottando misure informative, eventualmente tramite sondaggi a campione effettuati sulle imprese aderenti.

Per accettazione

Ragione sociale ……...

Il Legale Rappresentante Nome …… Cognome …….....

Data …… Firma ……...