

Codice etico 231/01



Redatto in conformità al D.Lgs 231/01 s.agg.

Lo stile distintivo di conduzione degli affari, le modalità di gestione delle relazioni, la rispettabilità riconosciuta dalla comunità economica e sociale rappresentano per un'azienda un patrimonio intangibile unico e fondamentale, da mantenere, valorizzare e divulgare agli interlocutori di riferimento, attuali e potenziali.

- A tutela di questo patrimonio intangibile, la Pitteri Violini S.p.A. (di seguito "la Società") intende rendere esplicito a tutti gli stakeholder il proprio Codice Etico di condotta, al fine di:
 - garantire a tutti i propri interlocutori (clienti, fornitori, dipendenti e collaboratori, pubblica amministrazione, istituti di credito, ecc.) costanza dello stile relazionale e coerenza etica, tramite la chiara adesione a dei Principi Generali di riferimento e la dichiarazione dei valori cui si ispira nella conduzione degli affari e nella gestione dei rapporti di lavoro;
 - promuovere tra i propri rappresentanti (siano essi i soci, gli amministratori, i dipendenti o i collaboratori a vario titolo) prassi ed elevati standard di comportamento coerenti con questo Codice, rafforzando al contempo la condivisione di un'identità comune e il senso di appartenenza;
 - rispondere con precisione a quanto previsto dall'art. 6 del D.Lgs. 231/2001, in base a quel rispetto delle leggi che è condizione imprescindibile di qualsiasi azione messa in atto dalla Società.

Il presente Codice Etico intende soprattutto fornire agli stakeholder chiarezza circa la condotta che tutti i rappresentanti della Società a vario titolo (soci, amministratori, dipendenti, collaboratori) devono tenere, anche in relazione a eventi imprevisti. Il vincolo creato dal Codice Etico verso i portatori di interesse è dunque di tipo morale.

È tuttavia facoltà della Società, nel rispetto delle normative di legge e contrattuali, sanzionare sul piano disciplinare quanti tra i suoi rappresentanti non rispettino i Principi Generali di seguito espressi o non ne tengano conto nei propri comportamenti,

Il Codice è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 17/05/2017.

Nella stessa riunione il Consiglio di Amministrazione ha costituito l'Organismo di Vigilanza di cui all'art. 6 punto b) del D.Lgs. 231/2001.

1. DEFINIZIONI ESSENZIALI

STAKEHOLDER è il "portatore di interesse" nei confronti della Società - per cui tipicamente il Socio, il Cliente, il Dipendente o Collaboratore, il Fornitore, l'Istituto di credito, la Pubblica amministrazione, Più in generale, poiché la Società è inserita in un contesto territoriale e comunitario specifico e, attraverso il proprio operato e le proprie strutture lo influenza e ne è influenzata, viene qui considerato stakeholder ogni individuo o ente economico/sociale che entri in relazione con la Società o che possa in prospettiva futura entrarvi (ad esempio: gli studenti in stage formativo).

COMPORAMENTI NON ETICI: sono ritenuti non etici tutti i comportamenti di qualsiasi soggetto (individuale o collettivo) che portino a ledere il rapporto fiduciario tra la Società e i suoi stakeholder. Inoltre, qualsiasi azione che violi la legge è ovviamente da considerarsi non rispettosa nemmeno del presente Codice Etico parimenti che ciascun soggetto (individuale o collettivo) entri in relazione con la Società, agisca secondo un'analoga idea di condotta etica.

PRINCIPI GENERALI: attraverso il presente Codice Etico risulta impossibile individuare la generalità delle situazioni e tantomeno prescrivere le relative, specifiche regole di condotta o divieti, Pur elencando alcune particolari casistiche, il Codice ha lo scopo primario di orientare i comportamenti, esprimendo i Principi Generali che devono fungere da guida etica alla quale riferirsi in ogni situazione, specie in casi di ambigua interpretazione. Tali Principi costituiscono quindi l'ossatura del Codice stesso e chiariscono l'impostazione etica della Società e le modalità, a questa ispirate, con le quali essa intende entrare in relazione con i propri diversi stakeholder.

VALORI DI RIFERIMENTO: sono i valori fondanti della Società fin dalle sue origini e come tali ispirano la formulazione stessa dei Principi Generali, attribuendo a tali Principi un valore esclusivo ed una tipicità che li fanno riconoscere come propri della Società stessa.

Codice etico 231/01



Redatto in conformità al D.Lgs 231/01 s.agg.

ORGANISMO DI VIGILANZA: è l'ente incaricato dal CdA che ha il compito principale di curare la diffusione del Codice Etico e la sua applicazione. Inoltre, è incaricato di esprimere pareri preventivi e indipendenti su problematiche in materia di comportamenti etici, nell'ambito del processo decisionale della Società. Ha, infine, facoltà sanzionatorie laddove rilevi e verifichi inosservanze o comportamenti contrari al presente Codice,

DESTINATARI

Il Codice è rivolto a tutti coloro che operano nella Società senza distinzioni ed eccezioni: tutti sono impegnati ad osservare e far osservare questi principi nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. Sono pertanto coinvolti:

- I soci ⇒ gli amministratori ⇒ i sindaci ⇒ i collaboratori aziendali (lavoratori dipendenti e collaboratori) ⇒ i consulenti ⇒ gli agenti (enasarco, ecc.) e le società incaricate di intrattenere rapporti con i clienti ⇒ le società ed i "padroncini" utilizzati per la consegna dei materiali

Il presente Codice, inoltre, viene portato a conoscenza di tutti coloro che, a qualunque titolo, intrattengono rapporti con la Società perché sia linea guida di comportamento nei rapporti con la Società stessa e con i suoi collaboratori; in particolare:

fornitori di materiali destinati alla vendita (core business) ⇒ fornitori di servizi (pulizie, manutenzioni, ecc.) ⇒ clienti (pubblici, privati e consumatori) ⇒ enti (non-profit, enti di certificazione ecc.)

La Società si impegna a promuovere la conoscenza effettiva del Codice istituendo appositi corsi di informazione ed aggiornamento rivolti a tutti i Destinatari, nonché fornendo agli stessi copia integrale del Codice stesso. Il codice viene inoltre pubblicizzato tramite i seguenti canali informativi:

sito internet aziendale (www.pitteriviolini.com)

2. MISSIONE

Nell'ambito della propria attività, la Pitteri Violini S.p.A. persegue una duplice missione:

Portare i migliori prodotti elettromeccanici alle attività dei Clienti professionali di oggi e di domani, in particolare alle attività industriali di ogni dimensione, attraverso la vicinanza, la cordialità dei rapporti e la competenza delle persone; fornire servizi personalizzati e innovativi, in grado di anticipare le nuove aree di interesse e di generare vero valore economico e professionale ai Clienti.

L'innovazione nella Società deve essere considerata come un processo continuo di apprendimento e di sperimentazione tesa al miglioramento, una spinta alla crescita sostenuta da processi strutturati di marketing, da costanti interventi formativi e da un maggiore scambio con il mondo dell'educazione.

Instaurare un processo di coinvolgimento di tutte le persone attive nella Società, in relazione con essa o presenti sul territorio, valorizzando e perpetuando i principi etici, i valori umani e sociali da sempre suo riferimento irrinunciabile. L'obiettivo perseguito è quello di affrontare la sfida del futuro e la competitività dell'impresa non su poche punte di eccellenza, ma su un diffuso insieme di conoscenze, competenze ed energie.

3. VALORI DI RIFERIMENTO

La Società considera la Lealtà, la Fiducia, l'Impegno e lo Spirito di Servizio come caratterizzanti il proprio modo di vivere le relazioni con gli interlocutori esterni e interni. I Soci e i Collaboratori aziendali a vario titolo si rendono, tramite il loro operato, diretti portavoce di tali valori all'interno e all'esterno della Società.

Per maggiore chiarezza, vengono di seguito sviluppate le definizioni di tali valori, così come le interpreta la Direzione aziendale:

LEALTÀ: la lealtà prevede che tutti i portatori di interesse obbediscano a particolari valori di correttezza in qualsiasi situazione, mantenendo le promesse iniziali e comportandosi seguendo un codice prestabilito. Questo rappresenta un valore fondamentale per la Società, che intende renderlo esplicito attraverso qualsiasi manifestazione del proprio operato. Ad esempio, per quanto concerne

Codice etico 231/01



Redatto in conformità al D.Lgs 231/01 s.agg.

il rapporto con i Concorrenti, la Società opera nella piena adesione ai principi di libera concorrenza e agisce nel rispetto delle disposizioni di legge in materia di tutela del mercato.

Allo stesso modo, la lealtà si esplica nei rapporti di lavoro con i Collaboratori a vario titolo; per questo motivo - e secondo il principio della reciprocità sopra definita - gli stessi Collaboratori devono mantenere nei confronti della Società un comportamento connotato da correttezza, onestà e franchezza. In particolare, essi devono astenersi dallo svolgere qualsiasi tipo di attività che risulti in contrasto con gli interessi aziendali o i doveri legati alla mansione assegnata all'interno della Società.

FIDUCIA: I rapporti che la Società instaura con i propri stakeholder, in particolare con i Clienti e con i Collaboratori, sono cruciali per il successo aziendale. Per essere durature e profittevoli, queste relazioni si devono basare necessariamente su un rapporto di fiducia reciproca, Per fiducia si intende la certezza di poter fare affidamento sull'interlocutore e l'assenza di sospetti che oscurino il rapporto instaurato. Nell'intento di raggiungere, attraverso rapporti di fiducia reciproca, la fidelizzazione dell'interlocutore, la Società promuove comportamenti improntati alla massima chiarezza e trasparenza e al fattivo coinvolgimento dei singoli.

IMPEGNO: Nella convinzione che i migliori risultati si ottengano laddove le persone operino con impegno, convinzione e motivazione, la Società promuove il coinvolgimento dei propri interlocutori in tutte le azioni che caratterizzano la sua attività. Per quanto concerne i Collaboratori a vario titolo, viene definito un programma di deleghe che mirano a responsabilizzare i singoli, valorizzando la loro professionalità e rendendoli al contempo non solo protagonisti, ma anche responsabili del loro operato e del raggiungimento degli obiettivi aziendali. Tale responsabilità esige, da quanti lavorano per la Società, serietà e sollecitudine nel prendersi carico dei problemi espressi da altri, siano essi colleghi o interlocutori esterni, garantendo in particolare il massimo impegno nell'adempiere alle richieste dei Clienti e nell'essere propositivi. Verso i Fornitori, la Società rende esplicito il proprio impegno attraverso la creazione di vere e proprie partnership di lavoro.

SPIRITO DI SERVIZIO: L'impegno che caratterizza l'operato dei Collaboratori aziendali a vario titolo trova la sua principale manifestazione nell'attenzione continua ai fenomeni e alle problematiche aziendali: un'attenzione che si concretizza nella sollecitudine con cui si prende in carico il problema altrui e nella tensione a fornire risposte adeguate. Tale fattivo comportamento, già necessario nei rapporti con i colleghi, diviene indispensabile e imprescindibile di fronte al Cliente, nei cui riguardi l'orientamento al servizio esige anche un approccio flessibile, nell'ottica di fornire le soluzioni attese nel momento più adatto. Consulenza, competenza, CRM, ascolto, iniziativa sono solo alcune delle declinazioni possibili in Azienda del concetto di Servizio.

Baranzate 15 Maggio 2017

Gli Amministratori
