

# CODICE ETICO

## PER LA TUTELA DELLA DIGNITÀ E DELLA PROFESSIONALITÀ DEI LAVORATORI E DELL'AZIENDA

*La Fondazione Centro di Solidarietà Bianca Costa Bozzo ONLUS redige il presente Codice Etico con l'obiettivo di promuovere una nuova sensibilizzazione ai problemi del clima relazionale nei luoghi di lavoro ed una politica a sostegno della comunicazione con i lavoratori/lavoratrici e stimolare una politica di promozione e sostegno all'immagine dell'Azienda verso l'esterno.*

# Indice

## Premessa

1. **Introduzione**
  - 1.1 Che cos'è l'«Etica»?
  - 1.2 L'Etica aziendale
  - 1.3 Il Codice Etico
  - 1.4 Lo «Stile»
  - 1.5 Condivisione del Codice Etico
  
2. **La Missione della Fondazione Centro di Solidarietà Bianca Costa Bozzo ONLUS**
  
3. **Valori**
  - 3.1 Onestà e trasparenza
  - 3.2 Responsabilità sociale
  - 3.3 Centralità della persona
  - 3.4 Tutela del lavoro
  - 3.5 Salvaguardia dell'ambiente
  - 3.6 Rispetto di leggi, codici e regolamenti vigenti
  
4. **Norme e standard di comportamento**
  - 4.1 Rapporti con gli Stakeholder
  - 4.2 Marketing e Comunicazione
  - 4.3 Informazione e rendicontazione
  - 4.4 Controlli interni
  - 4.5 Corruzione e concussione
  - 4.6 Diversità e pari opportunità
  - 4.7 Diligenza e correttezza nella gestione dei contratti
  
5. **Indicazione delle modalità di attuazione e controllo**
  - 5.1 Ambito di applicazione del Codice Etico
  - 5.2 Segnalazione delle violazioni del Codice Etico
  - 5.3 Comunicazione e diffusione del Codice Etico
  
6. **Appendice di dettaglio ai fini del D.Lgs. 231/2001**
  - 6.1 Tutela del Capitale Sociale, dei Creditori e del Mercato
  - 6.2 Pubblica Amministrazione
  - 6.3 Omaggi, regalie e altre forme di benefici

# Premessa

La Fondazione Centro di Solidarietà Bianca Costa Bozzo ONLUS<sup>1</sup> è nata nel 2003 per proseguire l'impegno dei Fondatori promuovendo l'affermazione e la diffusione di una cultura antagonista alle ragioni del disagio e dell'emarginazione, tramite valori di altruismo del volontariato. La Fondazione ha una doppia funzione, istituzionale, in quanto titolare delle convenzioni e dei contratti con gli enti pubblici, e operativa, in particolare nell'ambito dell'accoglienza dei richiedenti asilo. È iscritta nel Registro delle Persone Giuridiche private della Regione Liguria.

Onestà, trasparenza, innovazione, responsabilità sociale e ambientale sono i valori, frutto di una forte e riconosciuta identità culturale, in cui l'Azienda si identifica. Questa identità, nata dallo stile imprenditoriale dei fondatori, si è man mano rafforzata in più di 15 anni di tradizioni, esperienze e comportamenti, divenendo una delle risorse fondamentali dell'Azienda.

Oggi, la situazione sociale attuale fa sì che la Fondazione si trovi a operare in una molteplicità di contesti in continua e rapida evoluzione. Per via della complessità di questo scenario, è importante che l'Azienda ribadisca con forza la propria cultura, definendo con chiarezza l'insieme dei valori in cui si riconosce e che condivide, unitamente alle responsabilità che essa si assume sia verso l'interno che verso l'esterno. Strumento fondamentale, nell'ambito di tale processo di divulgazione e chiarimento dei principi aziendali, è il presente «Codice Etico».

---

<sup>1</sup> D'ora in poi abbreviata in "Fondazione"

# 1 **Introduzione**

## **1.1 Che cos'è l'«Etica»?**

L'«Etica» esprime l'insieme di norme di condotta – sia pubblica sia privata – seguite da una persona o da un gruppo di persone. È una parola usata in moltissimi contesti, e indica una riflessione su regole e principi da seguire nella vita pratica. Il raggio d'azione dell'etica, quindi, pur rinviando a un universo astratto (fatto di principi e valori), è tutt'altro che teorico: riguarda il quotidiano e si traduce in norme di comportamento. Usando le parole del filosofo Immanuel Kant, si può definire «etico» il comportamento di colui che opera, guidato non da timori di punizione o speranze di ricompensa opportunistici, ma dalla propria ragione «in modo di trattare l'umanità, così nella sua persona come in quella di ogni altro, sempre insieme come un fine, mai semplicemente come un mezzo per raggiungere un fine».

## **1.2 L'Etica aziendale**

Quando la riflessione sull'etica si sposta dall'agire individuale a un più ampio ambito organizzativo e di business, il concetto di responsabilità e consapevolezza individuale si lega inevitabilmente a quello di «Responsabilità Sociale d'Impresa» o «Cittadinanza d'Impresa».

Per la Fondazione la Responsabilità Sociale d'Impresa si configura come la capacità di integrare le proprie attività con il rispetto e la tutela degli interessi di tutti i partner e di tutti gli individui con cui si relaziona, con la salvaguardia delle risorse ambientali e la loro conservazione per le generazioni future.

In altre parole, l'azione della Fondazione è volta a perseguire il proprio business considerando il rispetto dovuto a tutti gli esseri viventi e il valore delle cose inanimate, come fine del proprio agire e non come mezzo per raggiungere il profitto.

## **1.3 Il Codice Etico**

Nel nostro ambito, l'assenza di una considerazione etica del proprio agire potrebbe portare a comportamenti «potenzialmente opportunistici», dettati dall'errata convinzione di stare facendo il bene dell'Azienda. Perciò appare evidente il valore di un Codice Etico volto a ribadire che in nessun modo la convinzione di agire a vantaggio dell'Azienda può giustificare l'adozione di comportamenti in

contrasto con principi e valori condivisi.

Il documento che segue non serve ad accrescere il grado di conformità alla legge o la reputazione della Fondazione, perché responsabilità legale, osservanza delle leggi e correttezza – come la qualità dei servizi – sono una condizione imprescindibile per l'esistere stesso dell'Azienda, e non possono quindi essere considerati obiettivi di un Codice Etico. Obiettivo primario del Codice Etico è rendere comuni e diffusi i valori in cui l'Azienda si riconosce, a tutti i livelli, facendo sì che chiunque, ogniqualvolta è chiamato a prendere una decisione, si ricordi con chiarezza che a essere in gioco non sono soltanto gli interessi, i diritti e i doveri propri, ma anche quelli degli altri. In altre parole si deve essere consapevoli che il benessere e il rispetto di tutti, devono essere sempre ed esplicitamente presi in considerazione in ogni fase dell'agire quotidiano.

#### **1.4 Lo « stile »**

Lo stile è un modo di comportarsi che «implica tante piccole cose». Oggi mettere insieme tutte queste «piccole cose» è necessario sia per chiarire al meglio la via della Fondazione verso il futuro, sia per assumere la consapevolezza che, in un sistema sociale più responsabile e maturo, occorre essere all'altezza dei bisogni.

Tutto ciò significa fare bene e con dignità il proprio mestiere, avere rispetto delle regole, ma, anche e soprattutto, ispirarsi a principi e valori condivisi, che si richiamano al consenso e non all'obbedienza.

La condivisione e l'applicazione dei principi raccolti in questo documento portano a definire lo «stile».

#### **1.5 Condivisione del Codice Etico**

Questo documento vuole essere, quindi, un incentivo razionale per cercare di capire non solo cosa sia giusto fare, ma anche il «perché» sia necessario farlo. L'obiettivo primario è quello di far sì che sia introdotta anche una valutazione etica, sia nel decidere i propri comportamenti sia nel valutare quelli degli altri, unendo in questo modo la sfera morale a quella manageriale, le responsabilità individuali a quelle dell'Azienda e la sfera personale a quella organizzativa: ossia tradurre il ragionamento in una concreta azione etica. Questo documento deve essere un «contratto morale» sottoscritto da tutti gli

Esponenti Aziendali, dai collaboratori esterni e dai fornitori. Deve diventare un vincolo morale personale. Non rafforzerà direttamente la posizione della Fondazione, ma lo farà indirettamente se permetterà a tutti di adottare una visione etica e una cultura condivisa.

## **2 La Mission della Fondazione**

Attraverso la «Mission », la Fondazione esplicita lo scopo, il fine comune dell'attività degli individui e dei gruppi che collaborano all'interno dell'organizzazione e che intrattengono relazioni esterne per essa.

### **Mission**

Noi della Fondazione vogliamo essere soprattutto un'impresa sociale che si relaziona con persone che sono in difficoltà, proponendo un accompagnamento ad un percorso educativo e riabilitativo.

### **Prodotto**

Il nostro Prodotto più importante è il servizio alla Persona, in quanto è proprio la Persona il centro di ogni nostra attività e impegno quotidiano.

La nostra caratteristica distintiva è l'eccellenza nel servizio, da ricercare attraverso la capacità di innovare e il costante miglioramento della qualità proposta e percepita.

### **Persone**

Al Centro operano sia professionisti che persone che partecipano alle iniziative della Fondazione con puro spirito di volontariato, ambedue animati dalla medesima spiritualità verso la Persona. Tutte queste persone sono l'elemento chiave per lo sviluppo e il successo dell'impresa.

E tutti crescono in un ambiente dinamico, vincente e innovativo.

Si distinguono per competenza professionale, passione per il raggiungimento degli obiettivi, spirito di squadra e forte orientamento alla missione.

Si riconoscono nei valori di integrità, onestà e correttezza in linea con le tradizioni della Fondazione.

## **Fornitori**

I nostri fornitori sono parte integrante della squadra e contribuiscono ai risultati.

## **Clienti**

I nostri clienti sono i partner con i quali condividere stimoli di miglioramento continuo.

## **Valore**

La bontà del nostro servizio sarà valutata in base all'abilità di soddisfare i bisogni e rispondere alle necessità del territorio.

## **3 Valori**

La Fondazione appartiene a quelle "Aziende di famiglia", dove la **Famiglia** ha una forte identità alla cui base è da sempre uno «stile» umano e professionale fatto di correttezza nei comportamenti, di equilibrio tra il rispetto per le persone e l'interesse per l'Azienda. Cambiano le pratiche e gli scenari, ma la coerenza con questi valori è e resterà il migliore biglietto da visita. Lo «stile» inteso come un reciproco arricchimento umano e professionale delle persone che vi lavorano, resterà immutato se tutti coloro che operano nell'Organizzazione continueranno a rispettare i basilari valori e principi di riferimento. La Fondazione considera come punti irrinunciabili nella definizione dei propri valori la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU, le Convenzioni e le Raccomandazioni Internazionali del Lavoro emanate dall'ILO (International Labour Organization), la Carta della Terra redatta dall'Earth Council e i principi enunciati nel Global Compact proposto dall'ONU.

### **3.1 Onestà e Trasparenza**

L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività della Fondazione, le sue iniziative, i suoi prodotti, i suoi rendiconti e le sue comunicazioni e costituisce elemento essenziale della

gestione aziendale. I rapporti con gli stakeholder, nell'accezione più estesa del termine di seguito specificata, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di correttezza, coerenza, lealtà e reciproco rispetto. La Fondazione dialoga in modo chiaro, trasparente, accurato e tempestivo, con i suoi stakeholder.

### **3.2 Responsabilità sociale**

La Fondazione crede che la propria attività sociale, per potersi qualificare come eticamente responsabile, debba perseguire modelli di intervento che rispettino e salvaguardino i diritti umani, le capacità rigenerative della Terra e il benessere delle comunità, promuovendo lo sviluppo umano in modo equo e sostenibile, nella consapevolezza che la responsabilità sociale ed etica si estende anche alle comunità, soprattutto nei paesi in via di sviluppo, che producono materie prime utilizzate per alcuni prodotti.

### **3.3 Centralità della persona**

In coerenza con la propria visione etica di fondo la Fondazione promuove il valore della persona attraverso il rispetto dell'integrità fisica, culturale e morale e il rispetto della dimensione di relazione con gli altri. La Fondazione vuole essere sempre più vicina alle vere necessità della vita dell'uomo, perché è la vita dell'uomo che dovrà ispirare le azioni dell'impresa. La Fondazione sostiene e rispetta i diritti umani in ogni ambito del proprio agire e della propria sfera d'influenza.

### **3.4 Tutela del lavoro**

La Fondazione garantisce la libertà di associazione dei lavoratori e riconosce il diritto alla contrattazione collettiva. Si impegna a non usufruire, neppure indirettamente, sia del lavoro forzato e obbligatorio, sia del lavoro minorile. Rifiuta ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose; ripudia ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e nella gestione delle risorse umane.

La Fondazione si impegna a impedire ogni forma di mobbing e di sfruttamento del lavoro, sia diretto che indiretto, e a riconoscere nel merito, nelle prestazioni di lavoro e nelle potenzialità professionali i criteri determinanti per gli sviluppi retributivi e di carriera.

### **3.5 Salvaguardia dell'ambiente**

L'impegno della Fondazione nei riguardi della Terra, è volto a salvaguardarne l'abbondanza e la bellezza per le generazioni presenti e future, con l'obiettivo di trasmettere loro i valori e le tradizioni che sostengono lo sviluppo a lungo termine delle comunità umane e ambientali. La Fondazione si impegna in ogni fase del suo agire ad applicare criteri di cautela - il «Principio di Precauzione» (1) - e un approccio preventivo nei riguardi dell'ambiente e della sua biodiversità; a promuovere iniziative per una maggiore responsabilità ambientale aziendale, a prestare attenzione ad ogni forma di innovazione che consenta di ridurre l'impatto del proprio agire sull'ambiente.

Nella distribuzione dei prodotti alimentari la Fondazione si adopera per il rispetto della «Sovranità Alimentare» (2), nella consapevolezza che la responsabilità etico-sociale si estende anche alle comunità che producono le materie prime.

### **3.6 Rispetto di leggi, codici e regolamenti vigenti**

La Fondazione reputa il rispetto delle normative nazionali e internazionali come condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire. Si impegna pertanto, anche con attenta opera di prevenzione sulla consumazione di illeciti, a rispettare tali normative nonché le prassi generalmente riconosciute. Ispira inoltre le proprie decisioni e i propri comportamenti alle possibili evoluzioni del quadro normativo.

1 «Principio di Precauzione» è principio in base al quale, in caso di dubbio sull'innocuità per l'ambiente o per la salute di un prodotto o di un metodo di produzione, la dimostrazione della non nocività deve essere a carico del produttore.

2 Per «Sovranità Alimentare» intendiamo il diritto dei popoli ad autodeterminare le proprie scelte nei settori della produzione, della distribuzione e del consumo di alimenti, nel rispetto dei criteri di sostenibilità ambientale, culturale e sociale, allo scopo di garantire il diritto di ogni individuo a un'alimentazione sufficiente e sana.

Il diritto all'alimentazione è un diritto umano fondamentale, saldamente fondato sul diritto internazionale. È implicito nella Carta delle Nazioni Unite ed è stato riaffermato e sviluppato in numerose dichiarazioni della comunità internazionale, inclusa la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo (art. 25), e in molti accordi internazionali sia a livello regionale che universale. La «Sovranità Alimentare» procede parallelamente e favorisce la sovranità economica, politica e culturale dei Paesi.

## **4 Norme e standard di comportamento**

### **4.1 Rapporti con gli stakeholder**

I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di assoluta correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto. La Fondazione considera come propri stakeholder: Soci, Esponenti Aziendali e collaboratori esterni, clienti, fornitori, concorrenti, pubblica amministrazione, acquirenti di prodotti, collettività, comunità locali, mass-media.

### **4.2 Marketing e Comunicazione**

La Fondazione ha il dovere di assicurare le condizioni necessarie affinché i suoi servizi possano garantire ai clienti e ai consumatori finali dei loro prodotti piena integrità, igienicità e sicurezza.

La comunicazione in Azienda:

- sarà sempre rispettosa della centralità della «persona» con tutto il suo articolato sistema di bisogni fisici, psicologici, culturali e affettivi: la logica di mercato non dovrà mai ostacolare la piena trasparenza informativa relativamente a contenuto e corretto utilizzo dei prodotti e dei servizi;
- rifiuterà messaggi volgari, contraddittori, incerti o ambigui;
- avrà sempre presente la propria responsabilità nell'influenzare le scelte delle persone, facendosi garante della qualità della relazione fra impresa e persone.

### **4.3 Informazione e rendicontazione**

Tutte le attività di informazione e di dialogo con gli stakeholder devono avere caratteristiche di chiarezza, trasparenza, tempestività, completezza e coerenza, nel rispetto del diritto all'informazione. Ciascun dipendente è tenuto a collaborare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità sulla base di informazioni veritiere, accurate, complete e verificabili. Ogni operazione e transazione deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua. È compito di ogni dipendente far sì che la documentazione di supporto sia facilmente rintracciabile e ordinata secondo criteri logici. Nessuna scrittura contabile falsa o artificiosa

può essere inserita nei registri contabili dell'Azienda per alcuna ragione. Nessun dipendente può impegnarsi in attività che determinino un tale illecito, anche se su richiesta di un superiore.

#### **4.4 Controllo interno**

La Fondazione riconosce la massima importanza al controllo interno inteso come un processo, svolto dagli Esponenti Aziendali, finalizzato ad agevolare la realizzazione degli obiettivi aziendali, a salvaguardare le risorse, ad assicurare la conformità alle leggi ed ai regolamenti applicabili, a predisporre bilanci e dati economico-finanziari attendibili, veritieri e corretti. Per questo fine la Fondazione ha creato e sviluppato nel tempo un insieme di strumenti, procedure e meccanismi idonei a gestire il funzionamento ed il monitoraggio dell'organizzazione. Ben consapevole che il sistema di controllo interno rappresenta un elemento che caratterizza una buona gestione dell'Azienda, la Fondazione si impegna ad operare affinché la sensibilità del personale alla necessità del controllo possa essere accresciuta a tutti i livelli organizzativi. Allo stesso tempo, tutti gli Esponenti Aziendali devono sentirsi responsabili dell'aggiornamento e gestione di un efficace sistema di controllo interno. Per questo motivo la dirigenza non deve limitarsi a partecipare al sistema di controllo nell'ambito delle proprie competenze, ma deve impegnarsi a condividerne valori e strumenti con ciascun collaboratore o collega.

Tutti devono sentirsi responsabili della salvaguardia dei beni dell'Azienda (siano essi materiali o immateriali) e del loro corretto utilizzo. È fatto divieto di utilizzare in modo improprio o danneggiare i beni e le risorse dell'Azienda e di consentire ad altri di farlo.

#### **4.5 Corruzione e concussione**

La Fondazione si impegna a mettere in atto tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione e concussione. Non è consentito che siano versate somme di denaro, esercitate altre forme di corruzione allo scopo di procurare vantaggi diretti o indiretti all'Azienda stessa. Si fa divieto di accettare doni o favori da parte di terzi che oltrepassino le normali regole di ospitalità e cortesia.

Questo vale sia nel caso in cui un Esponente Aziendale persegua un interesse diverso dalla missione di impresa o si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari.

#### **4.6 Diversità e pari opportunità**

La Fondazione riconosce nella diversità delle culture e dei talenti un valore fondamentale e vuole attrarre e far crescere persone con doti di leadership, passione per i servizi logistici e curiosità intellettuale. La Fondazione evita ogni forma di discriminazione in tutte le decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri stakeholder.

#### **4.7 Diligenza e correttezza nella gestione dei contratti**

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti. Per una corretta gestione dei rapporti contrattuali la Fondazione si impegna a non sfruttare posizioni di dominio rispetto alle proprie controparti ed a garantire una informativa ampia ed esaustiva verso tutti i dipendenti e collaboratori coinvolti nelle attività previste dai contratti stipulati.

## **5 Indicazione delle modalità di attuazione e controllo**

### **5.1 Ambito di applicazione del Codice Etico**

Destinatari del Codice Etico sono tutti gli Esponenti Aziendali, senza alcuna eccezione, e tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaurano rapporti o relazioni con la Fondazione ed operano per perseguirne gli obiettivi. Ogni Esponente Aziendale, collaboratore esterno, consulente, fornitore, cliente è obbligato al rispetto del presente Codice Etico e dovrà accettarlo in forma esplicita. La Fondazione richiede inoltre ai principali fornitori e partner una condotta in linea con i principi generali del presente Codice, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per perseguire un modello di produzione eticamente responsabile. Gli Esponenti Aziendali hanno l'obbligo di conoscere le norme, astenersi da comportamenti contrari ad esse, rivolgersi al superiore preposto per chiarimenti o denunce, collaborare con le strutture deputate a verificare le violazioni e non nascondere alle controparti l'esistenza di un Codice. Nei rapporti d'affari, le controparti devono essere informate dell'esistenza di norme di comportamento e devono rispettarle. L'osservanza

delle norme del Codice è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di tutti i dipendenti ai sensi dell'art. 2104 del Codice Civile Italiano.

La Fondazione, cercherà, inoltre, di approfondire e aggiornare il Codice Etico al fine di adeguarlo all'evoluzione della sensibilità civile e delle normative di rilevanza per il Codice Etico stesso. In particolare, il management è tenuto ad osservare il Codice nel proporre e realizzare i progetti, le azioni e gli investimenti della società e i componenti del Consiglio di Amministrazione, nel fissare gli obiettivi di impresa, devono ispirarsi ai principi del Codice. Coloro che occupano posizioni di responsabilità nel Centro (i soggetti apicali) sono infatti tenuti ad essere d'esempio per i propri dipendenti, a indirizzarli all'osservanza del Codice e a favorire il rispetto delle norme. Devono inoltre riferire all'Organismo preposto tutte le informazioni utili circa eventuali carenze nei controlli, comportamenti sospetti ecc., e modificare i sistemi di controllo della propria funzione su indicazione dell'Organismo stesso.

## **5.2 Segnalazione delle violazioni del Codice Etico**

È esteso a tutti gli Esponenti Aziendali segnalare, ai soggetti aziendali deputati all'irrogazione delle sanzioni, le violazioni commesse dai lavoratori o dai collaboratori esterni della società ai relativi responsabili, proponendo l'adozione di adeguate misure disciplinari. La Fondazione provvede a stabilire adeguati canali di comunicazione attraverso i quali i soggetti cointeressati possano rivolgere le proprie segnalazioni in merito all'applicazione o alle violazioni del Codice. In alternativa, tutti i soggetti cointeressati possono segnalare, per iscritto e in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico ai soggetti Aziendali (Titolari e/o responsabili di Filiale) preposto alla vigilanza in materia di attuazione del Codice stesso, il quale:

- provvede a un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione;
- agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione;
- assicura la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge;
- in caso di accertata violazione del Codice Etico, l'Organismo stesso riporta la segnalazione e gli eventuali suggerimenti ritenuti necessari al vertice aziendale o alle funzioni interessate, secondo la gravità delle violazioni;

- questi definiscono i provvedimenti da adottare secondo le normative in vigore e secondo il sistema disciplinare adottato dalla Società; ne curano l'attuazione e riferiscono l'esito all'Organismo preposto al monitoraggio del Codice Etico.

### **5.3 Comunicazione e diffusione del Codice Etico**

La Fondazione si impegna a favorire e garantire adeguata conoscenza del Codice Etico divulgandolo presso i soggetti cointeressati mediante apposite ed adeguate attività di comunicazione. Affinché chiunque possa uniformare i suoi comportamenti a quelli qui descritti, la Fondazione assicurerà un adeguato programma di formazione e una continua sensibilizzazione dei valori e delle norme etiche contenuti nel Codice.

## **6 Appendice di dettaglio ai fini del D.Lgs. 231/2001**

Il richiamo che viene fatto di seguito ad articoli di legge o norme specifiche dell'ordinamento giuridico italiano è conseguenza dell'inserimento del Codice Etico quale elemento dell'ambiente generale di controllo definito e formalmente esplicitato ai sensi del Decreto Legislativo 231/01, ai sensi del quale è anche individuato uno specifico Organismo di Vigilanza (Direzione e/o Responsabili di Struttura).

A tal riguardo la Fondazione è consapevole del fatto che l'integrità e i valori etici sono elementi essenziali dell'ambiente di controllo della propria organizzazione e che essi incidono significativamente sulla progettazione, sull'amministrazione e sull'operatività quotidiana del proprio business.

Affinché non vi siano incertezze o fraintendimenti su ciò che la Fondazione richiede agli Esponenti Aziendali rispetto a tali aspetti, il presente Codice e il modo in cui esso è inserito nella struttura di controllo dell'organizzazione saranno oggetto di ricorrenti azioni di formazione e comunicazione affinché lo stesso entri sempre più a far parte di una cultura aziendale consapevole, diventando così patrimonio comune condiviso a tutti i livelli.

## 6.1 Tutela del Capitale Sociale, dei Creditori e del Mercato

Uno degli aspetti centrali che qualificano la condotta della Fondazione è costituito dal rispetto dei principi di comportamento intesi a garantire l'integrità del capitale sociale, la tutela dei creditori e dei terzi che instaurano rapporti con la Società. Tali valori sono tutelati anche da norme penali che in Italia, ai sensi del D.Lgs. 231/01, possono costituire fonte di responsabilità per la Fondazione ove le fattispecie di reato siano realizzate nell'interesse della Società stessa<sup>3</sup>.

A tal fine è posto l'espresso divieto a carico degli Esponenti Aziendali di porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti tali da integrare le fattispecie di reato previste dall'art. 25 ter del D.Lgs. 231/01 e porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti che, sebbene risultino tali da non costituire di per sé fattispecie di reato rientranti tra quelle sopra considerate, possano potenzialmente diventarlo, ovvero comportamenti che possano favorire la commissione dei predetti reati.

Tutti gli Esponenti Aziendali, nell'ambito delle funzioni e attività svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo e sono tenuti a comunicare in forma scritta, al superiore e all'Organismo di Vigilanza, le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità contabili delle quali fossero venuti a conoscenza.

3 A titolo esemplificativo si riportano alcuni tra i più significativi riferimenti legislativi sui Reati Societari:

- False comunicazioni sociali (art. 2621 c.c.)
- False comunicazioni sociali in danno dei soci o dei creditori (art. 2622 commi 1 e 3 c.c.)
- Falso in prospetto (art. 2623, commi 1 e 2 c.c.)
- Impedito controllo (art. 2625, comma 2 c.c.)
- Formazione fittizia del capitale (art. 2632 c.c.)
- Indebita restituzione dei conferimenti (art. 2626 c.c.)
- Illegale ripartizione degli utili e delle riserve (art. 2627 c.c.)
- Illecite operazioni sulle azioni o quote della società controllante (art. 2628 c.c.)
- Operazioni in pregiudizio dei creditori (art. 2629 c.c.)
- Illecita influenza sull'assemblea (art. 2636 c.c.)
- Aggiotaggio (art. 2637 c.c.)
- Ostacolo all'esercizio delle funzioni delle Autorità Pubbliche di vigilanza (art. 2638, commi 1 e 2 c.c.).

## **6.2 Pubblica Amministrazione**

L'assunzione di impegni con le Istituzioni Pubbliche Locali, Statali, Comunitarie e Internazionali è riservata esclusivamente alle funzioni preposte e autorizzate. Per questo motivo è opportuno che venga raccolta e conservata la documentazione che riassume le modalità attraverso le quali la Fondazione è entrata in contatto con le Istituzioni. Ogni rapporto con le Istituzioni Locali, Nazionali, Internazionali o Comunitarie è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a esplicitare l'attività dell'Azienda, a rispondere a richieste informali o ad atti di sindacato ispettivo (interrogazioni, interpellanze), o comunque a rendere nota la posizione dell'Azienda su temi rilevanti.

È fatto assoluto divieto di:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale;
- offrire o in alcun modo fornire omaggi, regalie e altre forme di benefici;
- sollecitare od ottenere informazioni riservate.

Inoltre, è fatto divieto agli Esponenti Aziendali, ai collaboratori esterni e ai consulenti della Fondazione e ai terzi di:

- falsificare e/o alterare i rendiconti al fine di ottenere un indebito vantaggio o qualsiasi altro beneficio per la Società;
- falsificare e/o alterare i dati documentali al fine di ottenere il favore o l'approvazione di un progetto non conforme alle normative vigenti in materia;
- destinare fondi pubblici a finalità diverse da quelle per cui si sono ottenuti.

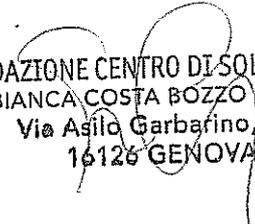
## **6.3 Omaggi, regalie e altre forme di benefici**

Gli Esponenti Aziendali della Fondazione non devono accettare, neanche in occasione di festività, regali e altre utilità correlati alle loro attività professionali e che non siano di modico valore (4). Ogni Esponente Aziendale che riceva, direttamente o indirettamente, richieste o offerte di omaggi o benefici eccedenti l'importo di riferimento, deve essere autorizzato dal responsabile di direzione o dal superiore diretto, se dipendente, e deve darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza. Gli Esponenti Aziendali non chiedono per sé o per gli altri, né accettano regali o altre utilità da un subordinato o da suoi parenti. Il dipendente non offre regali o altre utilità a un sovraordinato o ai suoi parenti o conviventi, salvo quelli

d'uso di modico valore. In ogni caso, gli Esponenti Aziendali della Fondazione si astengono da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dagli eventuali codici etici delle aziende o degli enti con i quali si hanno rapporti.

4 Come valore di riferimento: 50,00 Euro

GENOVA, 24/10/2011

  
FONDAZIONE CENTRO DI SOLIDARIETA'  
BIANCA COSTA BOZZO ONLUS  
Via Asilo Garbatino, 6 B  
16126 GENOVA

