

LOGO AZIENDA	CODICE ETICO AI SENSI D.LGS 231/01	REVISIONE N° DEL __ / __ / __
--------------	---	----------------------------------

CODICE ETICO D.LGS 231/01
«Nome_azienda»

LOGO AZIENDA	CODICE ETICO AI SENSI D.LGS 231/01	REVISIONE N° DEL __ / __ / __
--------------	---	----------------------------------

SOMMARIO

1 – Introduzione e obiettivi	Pag. 2
2 – Principi generali	Pag. 3
3 – Criteri di condotta	Pag. 4
4 - Criteri di condotta nelle relazioni con i clienti/utenti	Pag. 7
5 - Criteri di condotta nelle relazioni con i fornitori	Pag. 8
6 - Criteri di condotta nelle relazioni con la collettività e con le istituzioni che la rappresentano	Pag. 8
7 - Attuazione e controllo del codice etico	Pag. 9

LOGO AZIENDA	CODICE ETICO AI SENSI D.LGS 231/01	REVISIONE N° DEL __ / __ / __
--------------	---	----------------------------------

1) Introduzione e obiettivi

1.1 Introduzione e obiettivi

L'azienda ha adottato un Modello di Organizzazione ai sensi e per gli effetti del Decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, il presente codice esprime gli impegni e le responsabilità etiche cui sono tenuti ad uniformarsi, nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, tutti i collaboratori, siano essi amministratori, dipendenti, o terzi interessati

1.2 Missione

1.3 Valore della reputazione e dei doveri fiduciari

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale per l'azienda.

All'esterno essa favorisce l'approvazione sociale, l'attrazione delle migliori risorse umane, la soddisfazione della Regione e degli altri Enti per cui opera, la serenità dei fornitori e l'affidabilità verso i terzi in genere.

All'interno, essa consente di prendere ed attuare le decisioni senza frizioni e di organizzare il lavoro limitando i controlli burocratici.

1.4 Valore della reciprocità

Questo codice è pertanto improntato a un ideale di cooperazione orientato alla tutela del reciproco rispetto e vantaggio delle parti coinvolte ed a prevenire la commissione di reati delle specie contemplate dal citato Decreto Legislativo 231/2001.

Si richiede perciò ai propri stakeholder di agire secondo principi e regole ispirate ad un analogo ideale di condotta etica e nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti.

2) Principi generali

2.1 Principi generali

L'attività, orientata a creare e gestire strumenti e condizioni che comportino il miglioramento del rapporto tra Istituzioni pubbliche e Società civile, è ispirata ai seguenti principi.

2.2. Imparzialità

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri stakeholder (gestione del cliente/utente, organizzazione del lavoro, selezione e gestione dei fornitori), si evita qualsiasi forma di discriminazione che sia basata su età, sesso, stato di salute, razza, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose dei propri interlocutori.

2.3. Trasparenza e completezza informazioni

I collaboratori sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, atte a consentire all'insieme degli stakeholder di addivenire, nello sviluppo dei rapporti con la stessa, a decisioni autonome e consapevoli.

In particolare, nella formulazione di qualunque forma di accordo, si avrà cura di specificare al contraente, in modo chiaro e comprensibile, i comportamenti da tenere nello svolgimento del rapporto instaurato.

2.4 Onestà

Nello svolgimento delle attività e nelle relazioni di qualunque tipo e natura, i collaboratori sono tenuti a rispettare con diligenza le leggi vigenti, il codice etico e i regolamenti interni.