



Università degli Studi di Pavia
Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali.
Corso di Teoria del Controllo

ETICA D'IMPRESA
Come il Codice etico condiziona il
comportamento nelle/delle
aziende

Lucia Dina - 460712

Federica Laurenzio -460273

A. A. 2017/2018

CUSTOMER SATISFACTION

*«Per la maggior parte, le aziende prestano più attenzione alla crescita della propria quota di mercato che al grado di soddisfazione del cliente. Questo è sbagliato. La soddisfazione del cliente e il valore percepito sono fondamentali per la redditività dell'azienda»
Philip Kotler*



Philip Kotler (Chicago, 27/05/1931) è S. C. Johnson & Son Distinguished Professor of International marketing presso la Kellogg School of Management della Northwestern University di Evanston, Illinois. E' stato indicato come il quarto «guru del management» di tutti i tempi sul Financial Times e acclamato come «il maggior esperto del mondo nelle strategie di Marketing» dal Management Centre Europe. Viene considerato uno dei pionieri del Marketing sociale.

*«La Qualità viene prima del Profitto,
poiché ponendo l'accento sulla
Qualità aumenteranno i Profitti a
lungo termine»
Kaoru Ishikawa*

Kaoru Ishikawa (Tokyo, 1915- 1989) è stato un ingegnere giapponese. Fu un professore universitario e un influente innovatore della gestione della qualità piuttosto conosciuta negli USA per il diagramma di Ishikawa o diagramma causa-effetto usato nell'analisi dei processi industriali. Il diagramma di Ishikawa è una tecnica manageriale utilizzata nel settore industriale e nei servizi per individuare la/le causa/e più probabile/i di un effetto.





In un mondo globalizzato e in continua evoluzione, le imprese nel porre attenzione ai processi di massimizzazione del profitto, mantengono anche un alto focus su tutti gli strumenti risultanti utili o necessari alla loro regolamentazione interna per quanto concerne i comportamenti degli individui

Tra questi, nel tempo, si è sviluppata la necessità dell'adozione di un Codice Etico aziendale, capace di introdurre il concetto di responsabilità sociale di chi è parte dell'organizzazione aziendale



Il Codice Etico è un documento che le imprese scelgono di redigere per definire in maniera chiara le proprie regole di condotta. E' un fattore chiave per lo sviluppo della qualità e della competitività aziendale in quanto tende a catalizzare la crescita in regime di equilibrio.

Deve coinvolgere sia i comportamenti collettivi che individuali e deve essere redatto nel pieno rispetto delle leggi di riferimento vigenti.

È uno degli strumenti della responsabilità sociale delle imprese per la promozione di buone pratiche di comportamento per chi lavora e per chi ha interesse a perseguirne la valorizzazione

La definizione di "codice etico" rimanda quindi all'antica e complessa problematica della morale ovvero dell'esistenza, o meno, di principi universali ai quali dovrebbero ispirarsi le azioni dell'uomo

Codice Etico della Fondazione Centro San Raffaele del Monte Tabor

« L'Etica del San Raffaele ha il suo fondamento sul principio che tra Scienza e Fede non può esistere contrasto: la Scienza è ricerca con Fede nella Verità, la Fede è ricerca della Verità tramite la Scienza.

I comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra la Fondazione e i propri Portatori d'interessi e ledono reputazione ed immagine dell'Ente, risorse indispensabili per assicurare la fidelizzazione di clienti ed utenti, l'attrazione delle più qualificate risorse umane e l'affidabilità verso creditori e fornitori»

Codice Etico Eni

III Strumenti di applicazione del Codice Etico

2. Tutela della Salute, Sicurezza, e Ambiente e dell'incolumità pubblica

Le attività di Eni devono essere condotte in conformità agli accordi e agli standard internazionali e alle leggi, ai regolamenti, alla pratiche amministrative e alle politiche nazionali dei Paesi in cui opera relative alla salute e sicurezza dei lavoratori, dell'ambiente e dell'incolumità pubblica.

Eni contribuisce attivamente nelle sedi appropriate alla promozione dello sviluppo scientifico e tecnologico volto alla salvaguardia delle risorse e dell'ambiente. La gestione operativa deve far riferimento a criteri avanzati di salvaguardia ambientale e di efficienza energetica perseguendo il miglioramento continuo delle condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro e di protezione ambientale.

Codice Etico Scotti

La RISO SCOTTI, nel promuovere il proprio sviluppo mediante il conseguimento degli obiettivi prefissati:

[...]

ii) Persegue l'eccellenza nella realizzazione dei propri prodotti e nell'erogazione dei propri servizi;

[...]

V) Non tollera né favorisce in alcun modo comportamenti tendenti all'induzione ad agire contro la legge;

vi) Riconosce nelle Risorse Umane il patrimonio fondamentale ed insostituibile per il proprio successo, ispirandosi, nella gestione dei rapporti di lavoro e collaborazione, al pieno rispetto dei diritti dei lavoratori, promovendone la piena valorizzazione e lo sviluppo professionale ed astenendosi da qualsiasi comportamento discriminatorio;

[...]

xii) Riconosce l'importanza del rispetto dell'Ambiente e richiede la valutazione, da parte dei destinatari, dell'impatto ambientale delle proprie decisioni, al fine di minimizzare gli eventuali effetti negativi. Programma le proprie attività ricercando il migliore equilibrio possibile tra iniziative economiche ed esigenze ambientali.

Può definirsi come la “Carta Costituzionale” dell’impresa, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all’organizzazione imprenditoriale.

E’ un mezzo efficace a disposizione delle imprese per prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell’azienda, perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità etiche e sociali dei propri dirigenti, quadri, dipendenti e spesso anche fornitori verso i diversi gruppi di stakeholder.

Il Codice Etico è divenuto uno strumento per lo stakeholder manager, un mezzo che garantisce la gestione equa ed efficace delle transazioni e delle relazioni umane, che sostiene la reputazione dell’impresa, in modo da creare fiducia

**BUONA
REPUTAZIONE**

**LIMITAZIONE
COMPORTAMENTI
ILLECITI**

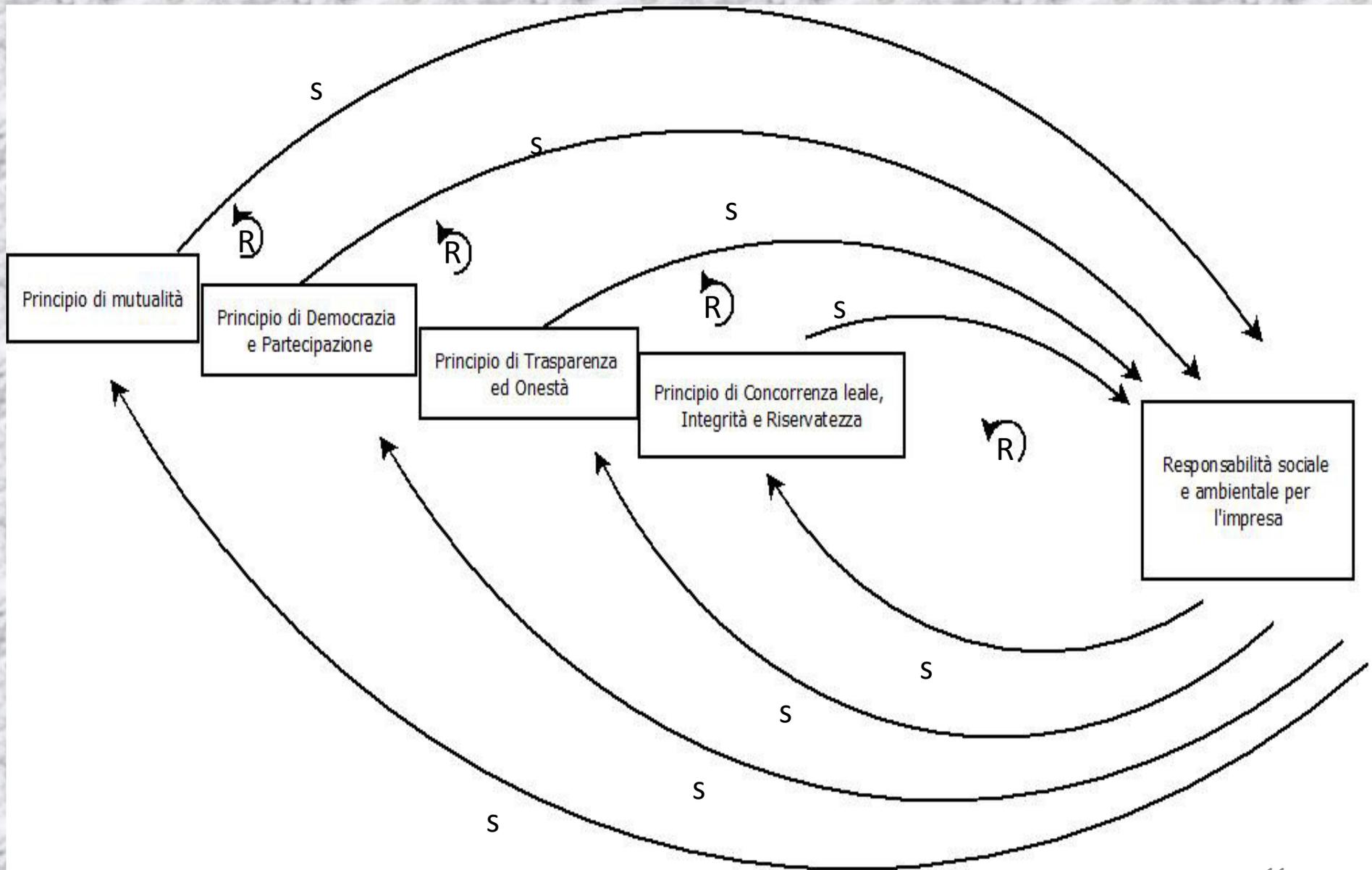
**PRINCIPI
ETICI E
MORALI**

**CODICE
ETICO**

**COESIONE E
COERENZA
INTERNA**

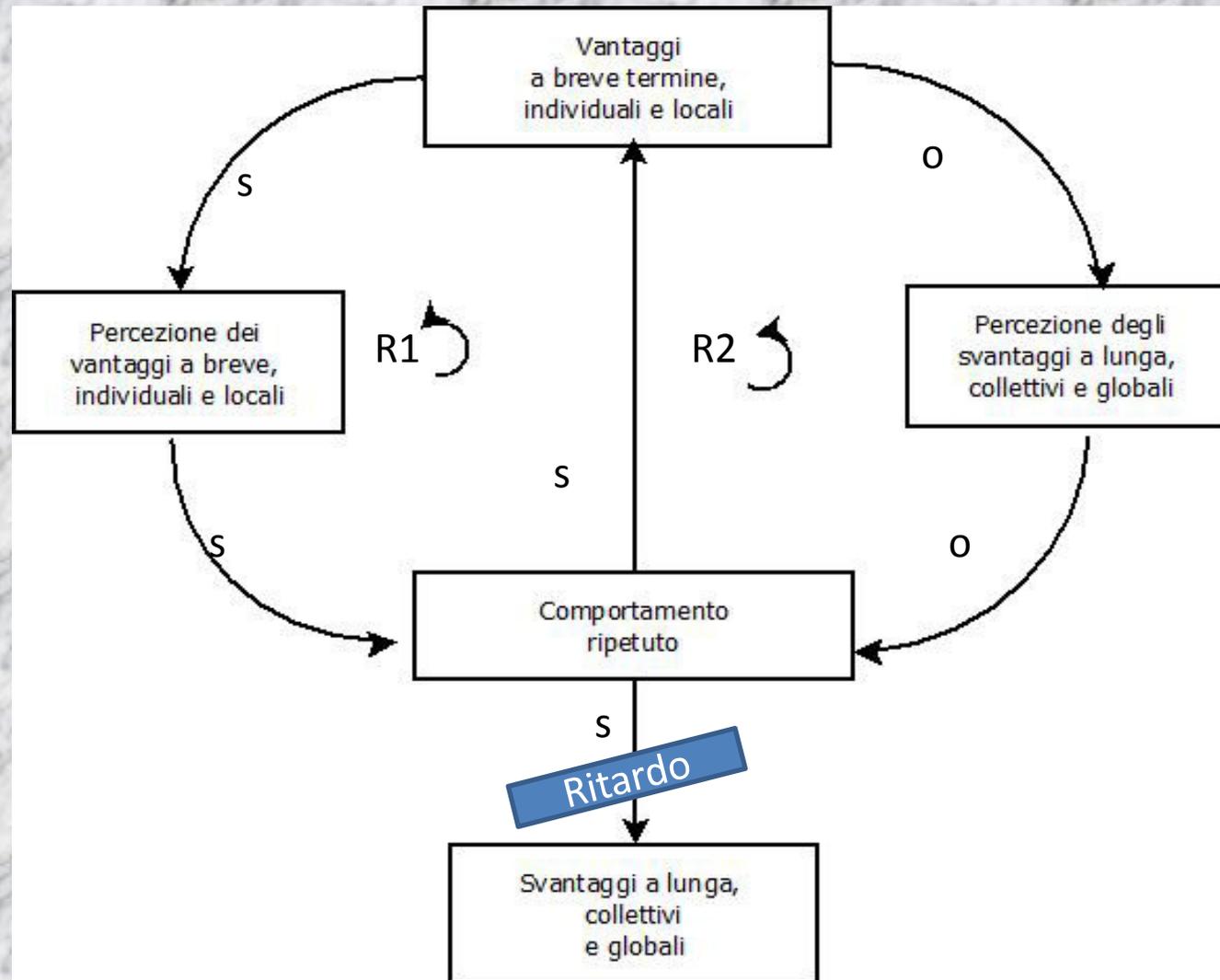
EFFICIENZA

Casual Loop Diagram, CLD



ARCHETIPO DELLE PREFERENZE IMMEDIATE, INDIVIDUALI E LOCALI

L'applicazione dello strumento del Codice Etico permette di eliminare una visione di preferenze immediate, individuali e locali.



EVOLUZIONE

Strumento
normativo



Strumento di
Governance

Ethics

Gestione attiva e consapevole delle
questioni etiche nelle attività lavorative
quotidiane

Rules

Governance

Miss

Decisions

Committees

Administration

13 Staf

Procedure di Attuazione e Controllo



Commissione etica, con il compito di diffondere e far valere i principi e le norme di comportamento del Codice.

Responsabile Etico, con il compito di supportare la commissione etica nell'applicazione del codice.

Rapporto etico, il documento interno che rendiconta annualmente sul lavoro svolto per l'attuazione del codice

Violazione Norme del Codice

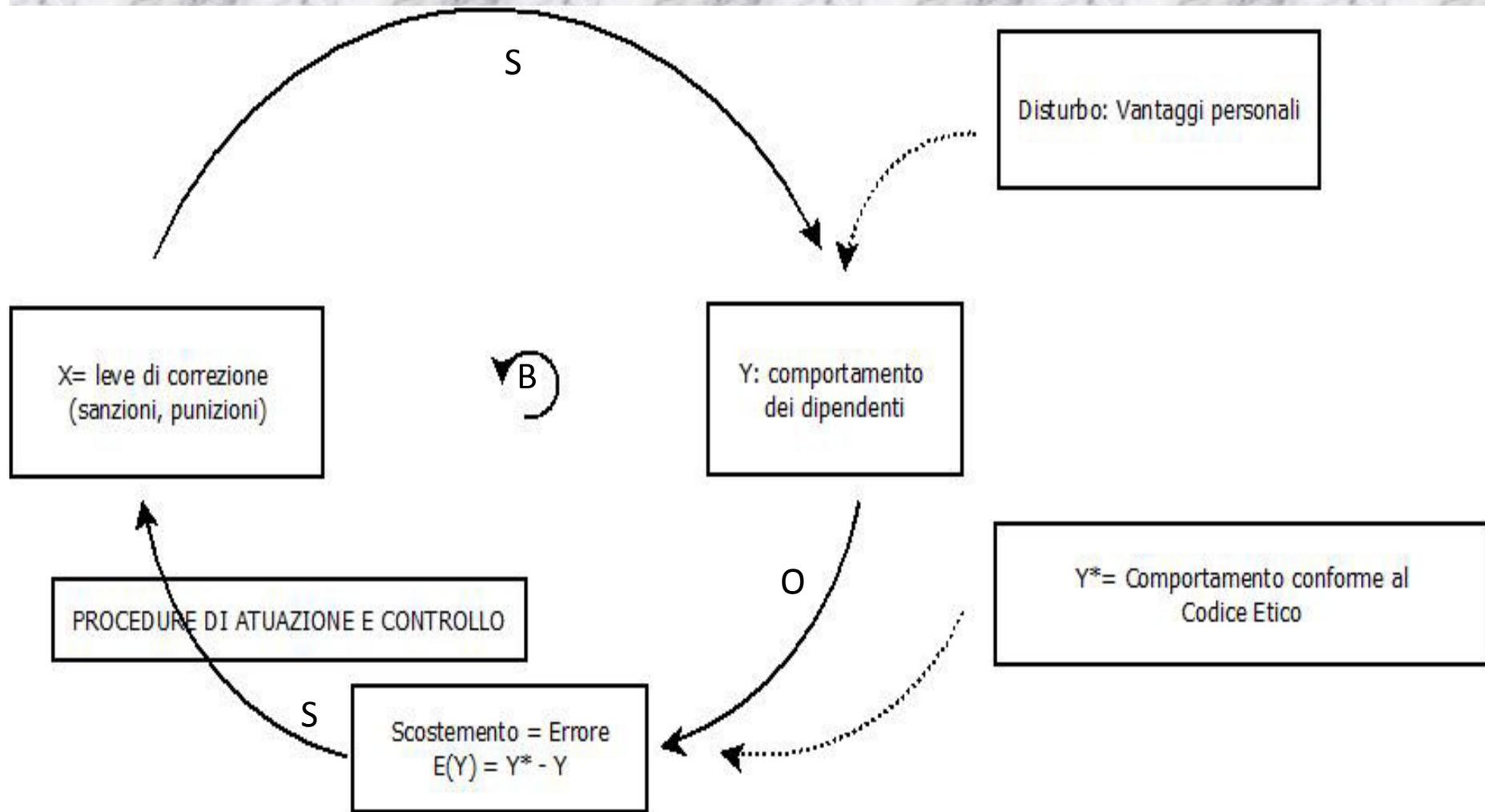
La violazione dei principi fissati nel Codice Etico compromette il rapporto fiduciario.

Tali violazioni saranno dunque perseguite dalla Società incisivamente, con tempestività ed immediatezza, attraverso i provvedimenti disciplinari previsti nel Modello 231/01, in modo adeguato e proporzionale.

Sanzioni nei confronti dei dipendenti previste dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro CCNL:

- Richiamo verbale
- Ammonizione scritta
- Multa non superiore a 3 ore di retribuzione oraria
- Sospensione dal lavoro e retribuzione fino al max di 3 giorni
- Licenziamento con o senza preavviso

Sistema di controllo



CASO USA:

la redazione dei Codici Etici ha avuto una diffusione straordinaria, tanto che circa l'85% delle principali imprese del Paese ha adottato tale strumento. L'impulso è stato dato a partire dal 1991 quando il Governo degli Stati Uniti ha emanato delle norme specifiche (Federal Sentencing Commission Guidelines for Organizations) in materia di azioni criminali da parte delle imprese.

CASO ITALIA:

tali Codici sono ancora con una diffusione limitata. Alcuni esempi ci vengono forniti dal Codice di Comit, Coop Adriatica (grande distribuzione), ENI, FIAT e di Glaxo Welcome (farmaceutica).

Dati statistici

Alcuni studi dimostrano che l'utilizzo continuativo del Codice Etico, per almeno cinque anni, possa arrivare ad aumentare del 18% il rapporto utili/fatturato; altri studi non evidenziano tale correlazione così rilevante e forte.

In ogni caso, sembra che risultati positivi sono strettamente connessi all'applicazione di tale strumento.

Conclusione

Il suo scopo è quello di non perdere mai di vista l'obiettivo per il quale l'azienda è nata, i principi ispiratori e le regole generali a cui tutti si devono attenere.

L'introduzione e l'utilizzo del Codice Etico favorisce integrità, equilibrio e consapevolezza che divengono pilastri fondatori per un business che rileva l'esigenza di un dualismo tra profitto e morale.

Il mercato può produrre etica?

SITOGRAFIA

- www.bilanciosociale.it/codiceetico.html
- Codice Etico Eni
- Codice Etico ENI
- Codice Etico Fondazione Centro San Raffaele del Monte Tabor
- Codice Etico Coop Adriatica
- Codice Etico Fiat



Grazie per
l'attenzione!