

Codice Etico dello Studio Occari & Garbo - Associazione Professionale

TITOLO I° DISPOSIZIONI GENERALI

CAPO I° DEFINIZIONI, PRINCIPI, VALORI E MISSIONE

Articolo 1 (Definizioni)

1. Nel presente Codice s'intendono per:

- a) "Studio" o "Associazione": lo Studio Occari & Garbo - Associazione Professionale
- b) Bilancio Sociale: documento informativo che analizza in prospettiva sia consuntiva che programmatica la concretizzazione della Missione e dei Valori aziendali nelle strategie e nelle attività proprie dello Studio, fornendo risultati e approfondimenti sugli effetti e gli impatti che vengono generati nei confronti dei portatori di interessi.
- c) Codice Etico: il presente testo normativo, contenente l'enunciazione dei principi, dei valori e della missione dello Studio e dei conseguenti criteri di condotta al cui rispetto sono tenuti tutti i Destinatari individuati alla successiva lettera g) del presente articolo.
- d) Società strumentali: le società controllate dallo Studio.
- e) Collaboratori: tutte le persone che collaborano con lo Studio in virtù di un rapporto "parasubordinato" o forme contrattuali assimilabili (prestazioni di lavoro temporaneo, somministrazione di manodopera, a progetto, mandato di agenzia, ecc.), nonché i praticanti e coloro che ultimata la pratica sono in attesa di superare l'esame di Stato per conseguire l'abilitazione, necessaria ad entrare in associazione
- f) Clienti: soggetti pubblici o privati in relazione contrattuale con lo Studio.
- g) Destinatari: i soci dello Studio, i dipendenti, i collaboratori, i consulenti, il personale delle società strumentali dello Studio, i fornitori, i procuratori e qualsiasi altro soggetto che possa agire in nome e per conto dello Studio, in quanto tenuti all'osservanza del presente Codice Etico.
- h) Dipendenti: tutti coloro che intrattengono con lo Studio, e con le società strumentali dello stesso, un rapporto di lavoro subordinato.
- i) Soci: i professionisti che, in possesso delle prescritte abilitazioni professionali, siano soci dello Studio.
- j) Fornitori: controparti nei processi di acquisto di beni e servizi.
- k) Consiglio Direttivo dell'Associazione: l'organo amministrativo e decisionale dell'Associazione, costituito da tutti i soci in possesso di diritti amministrativi.

Articolo 2 (Principi generali)

1. Tutti i Destinatari del Codice Etico devono conformarsi alle disposizioni in esso contenute, con correttezza e trasparenza dei comportamenti. Sono vietati i comportamenti che pur essendo attuati nel rispetto formale delle disposizioni del presente Codice Etico ne violino la sostanza e comunque conducano a risultati incompatibili con le disposizioni del presente Titolo.

2. Le disposizioni contenute nel Codice Etico integrano le regole di comportamento che il personale è tenuto ad osservare, in virtù delle normative vigenti, dei contratti di lavoro, delle procedure interne, nonché dei codici di comportamento cui tempo per tempo lo Studio aderisce ovvero emana internamente.

3. Nel caso in cui anche una sola delle disposizioni del Codice Etico dovesse entrare in conflitto con disposizioni previste nelle procedure o nei regolamenti interni, il Codice Etico prevarrà su qualunque di queste disposizioni.

4. In nessun caso il perseguimento dell'interesse dello Studio o il conseguimento di un vantaggio per il medesimo potrà giustificare l'adozione di

un comportamento illecito o, comunque, in contrasto con i principi contenuti nel presente Codice.

Articolo 3 (Valori fondamentali e deontologia professionale)

1. Lo Studio erige le proprie fondamenta sui principi enunciati dai codici di deontologia professionale dei dottori commercialisti e degli esperti contabili, dei consulenti del lavoro e dei revisori legali.
2. I valori fondamentali posti a base dell'attività dello Studio sono:
 - l'apertura permanente dell'Associazione verso nuovi Soci che ne condividano il contratto associativo ed il presente codice etico e che dopo un periodo di prova dimostrino sia adeguate competenze professionali, sia la capacità di rendersi bene accetti da parte dei Soci e dei Clienti;
 - l'uguaglianza, la solidarietà, il rispetto, la mutua assistenza e la democrazia tra i Soci;
 - la correttezza e la trasparenza dei comportamenti, l'onestà, l'efficienza e la professionalità nei rapporti tra i Soci e tra l'Associazione e i terzi;
 - la responsabilità sociale e l'attenzione verso gli altri;
 - la salvaguardia delle imprese e delle società italiana, perseguita mediante la migliore tecnica professionale e il sostegno presso i Clienti: (i) di politiche di compliance normativa e fiscale; (ii) di tecniche di efficiente organizzazione aziendale e di (iii) di percorsi di sviluppo industriale;
 - i valori cattolici della religione cristiana.

Articolo 4 (Missione dello Studio)

1. La missione dello Studio è definita dal complesso dei seguenti fini:
 - assistere, secondo la migliore tecnica professionale, gli imprenditori e le società che gli si rivolgono in modo da assicurare il supporto necessario alla crescita delle rispettive attività, nel rispetto della regolamentazione tempo per tempo applicabile, in una logica di prevenzione e mitigazione dei rischi;
 - diffondere la "cultura dell'organizzazione aziendale e della pianificazione e controllo" come "fattore" dello sviluppo e di successo;
 - perseguire il "miglioramento continuo" della comunità costituita dall'insieme tra lo Studio ed i Clienti che gli si rivolgono.

Articolo 5 (Disposizioni programmatiche)

1. Lo Studio adotta e diffonde il presente Codice Etico e di comportamento, cui sono tenuti a conformarsi gli Consiglio Direttivo dell'Associazione e i loro componenti, i dipendenti, i consulenti e i collaboratori, i fornitori, i procuratori e qualsiasi altro soggetto che possa agire in nome e per conto dello Studio.
2. Lo Studio conforma la propria condotta operativa al presente Codice Etico e a tal fine si impegna:
 - a) ad assicurare e promuovere il rispetto rigoroso delle leggi nazionali e comunitarie e dei regolamenti vigenti nonché dei principi di trasparenza, lealtà e correttezza comunemente accettati nella conduzione degli affari;
 - b) ad assicurare e promuovere il rispetto di tutte le regole organizzative e procedurali adottate, specialmente quelle relative alla prevenzione della commissione di reati;
 - c) a promuovere e richiedere il rispetto di tutte le leggi, i regolamenti, i principi e le regole organizzative e procedurali di cui ai punti precedenti anche da parte dei destinatari e dei propri clienti;

d) ad astenersi da comportamenti illeciti, o in ogni caso non conformi ai principi sopra, enunciati, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, le Autorità di Vigilanza, i dipendenti, i clienti, i soci e i concorrenti;
e) a garantire l'osservanza dei principi di trasparenza, onestà ed affidabilità nei confronti delle proprie controparti e in genere della comunità.
3. Dell'attuazione del Codice Etico è dato conto nel Bilancio Sociale dello Studio.

**TITOLO II°
CRITERI DI CONDOTTA**

**CAPO I°
SOCI**

**Articolo 6
(Soci)**

1. I soci dello Studio sono tenuti al rispetto del presente Codice Etico conformando la propria attività ai valori ed ai principi indicati nel precedente Titolo I°. Gli stessi sono tenuti a conformarsi alla normativa, pro tempore vigente, per ogni situazione che possa essere ritenuta, anche potenzialmente, in conflitto di interessi con lo Studio.
2. I rapporti tra i soci sono ispirati ad uno spirito di reciproca amicizia fraterna.
3. Sono obblighi primari e inderogabili di ogni socio:
(i) il rispetto, la solidarietà e la mutua assistenza nei confronti degli altri soci;
(ii) il rispetto degli obblighi di formazione professionale continua previsti dai rispettivi Ordini professionali di appartenenza;
(iii) l'impegno nella formazione e l'assistenza nel processo di apprendimento da parte dei praticanti che aspirano a conseguire le abilitazioni professionali e ad entrare nell'Associazione.
3. Il Consiglio Direttivo dell'Associazione pone in essere ogni atto necessario a dare concreta attuazione alle disposizioni del presente Codice Etico.

**CAPO II°
RISORSE UMANE**

**Articolo 7
(Centralità delle risorse umane)**

1 Lo Studio riconosce la centralità delle proprie risorse umane, quale fattore essenziale per uno sviluppo equilibrato e costante della propria organizzazione e ne cura nel tempo la crescita professionale, la conoscenza e la puntuale informazione sui valori guida dell'Associazione.
2 Lo Studio realizza condizioni di lavoro idonee a tutelare l'integrità psico-fisica del proprio personale, evitando ogni sorta di arbitraria e ingiusta discriminazione, di illecito condizionamento o di indebito disagio.
3 Lo Studio si impegna ad adottare criteri di imparzialità, merito, competenza e professionalità per qualunque decisione inerente ai rapporti di lavoro con i propri dipendenti e collaboratori. È vietata qualsiasi illecita pratica discriminatoria nella selezione, assunzione, formazione, gestione, sviluppo e retribuzione del personale.
4 Nella selezione del personale lo Studio contrasta ogni forma di nepotismo o favoritismo.

**Articolo 8
(Tutela della persona)**

1. Lo Studio tutela l'integrità morale dei propri Dipendenti e Collaboratori, garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona.

2. Allo scopo di fornire ogni più ampia garanzia a tutela delle proprie risorse umane il Consiglio Direttivo dell'Associazione opera affinché non si verificino atti di violenza psicologica oppure atteggiamenti o comportamenti discriminatori o lesivi della persona, delle sue convinzioni o condizioni.

3. Lo Studio previene e contrasta gli atti di discriminazione, mobbing, vessazione e condanna ogni forma di discriminazione per motivi legati al sesso, alle preferenze sessuali, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alle opinioni politiche e sindacali, alle credenze religiose.

4. Chiunque ritenga di essere stato oggetto di discriminazioni o molestie provvederà a segnalare l'accaduto al Consiglio Direttivo dell'Associazione che, dopo aver attentamente valutato le specifiche circostanze e la gravità dei comportamenti, adotterà gli opportuni provvedimenti.

Articolo 9

(Gestione del personale e sicurezza sul posto di lavoro)

1. Le promozioni e più in generale l'accesso a ruoli e/o incarichi nello Studio sono attribuiti in considerazione delle competenze e delle capacità dei singoli, sulla base delle specifiche esigenze dello Studio e senza discriminazione alcuna.

2. Lo Studio promuove la sicurezza sul posto di lavoro, assicurando una adeguata formazione del proprio personale e curando il rispetto delle normative tempo per tempo vigenti in materia.

CAPO III°

CLIENTI E FORNITORI

Articolo 10

(Rapporti con i clienti)

1. La clientela rappresenta una componente fondamentale del patrimonio dello Studio: ad essa è attribuita la massima cura ed attenzione, con l'obiettivo costante di soddisfarne al meglio i bisogni ed aspettative. Il soddisfacimento delle esigenze dei clienti rappresenta un dovere da attuarsi nel rispetto dei valori di correttezza, onestà, efficienza e professionalità.

2. Lo Studio aborrisce ogni forma di reato e non intrattiene relazioni, dirette o indirette, con soggetti dei quali sia conosciuta e provata l'appartenenza ad organizzazioni criminali o comunque operanti al di fuori della liceità. Lo Studio si impegna a dare attuazione con il massimo scrupolo a tutte le iniziative anticrimine previste da norme di legge.

3. Lo Studio attua progetti e iniziative tese a rafforzare la qualità del servizio erogato ai clienti e a migliorare la relazione con essi.

4. Tutti i soggetti che operano nei confronti della clientela, in nome e/o per conto dello Studio, ivi compresi i consulenti esterni, devono rispettare gli obblighi concernenti la tutela della collettività dai fenomeni di terrorismo, eversione dell'ordine democratico e riciclaggio, prestando particolare attenzione a quelli relativi alla comunicazione per la repressione e il contrasto del finanziamento del terrorismo e dell'eversione dell'ordine democratico.

5. Tutti i contratti, le forme di comunicazione e relazione con il cliente, compresi i messaggi pubblicitari sono gestiti in base a criteri di condotta improntati a chiarezza e trasparenza, nel rispetto delle disposizioni tempo per tempo applicabili.

Articolo 11

(Rapporti con i fornitori)

1. Lo Studio gestisce il processo di acquisto di beni e servizi secondo criteri di affidabilità, economicità e qualità del fornitore.

2. Fermo restando quanto disposto dal precedente comma, nel rapporto con i fornitori, a parità di offerta qualitativa, lo Studio privilegia il consolidamento delle relazioni con i fornitori storici. Nell'instaurazione di

nuovi rapporti di fornitura, lo Studio predilige la scelta di fornitori che siano anche Clienti.

3. Lo Studio considera il rapporto con i fornitori il punto di partenza delle attività di miglioramento dei processi e dei servizi. In tale ottica i rapporti con i fornitori richiedono azioni coerenti con il Codice Etico e il rispetto delle scelte operate dallo Studio in applicazione dei valori guida della propria attività. Inadempienze significative e non conformità a tali valori, nei rapporti con i fornitori, vanno segnalati al Consiglio Direttivo dell'Associazione.

Articolo 12
(Omaggi ed utilità nei rapporti con i terzi)

1. Nei rapporti di affari con i terzi sono vietate dazioni, benefici ed altre utilità, tali da ledere l'immagine dello Studio o da poter essere interpretati come finalizzati a ottenere un trattamento di favore.

2. Sono consentiti omaggi di modico valore, volti a promuovere l'immagine dello Studio, la cui offerta rientri nelle consuetudini, sempre che essi non siano stati sollecitati dal Destinatario e non siano tali da poter suscitare l'impressione che la loro offerta comporti indebiti vantaggi per chicchessia.

CAPO IV°
COLLETTIVITÀ E MEDIA

Articolo 13
(Rapporti con la collettività)

1. Lo Studio esercita la propria attività professionale a favore della collettività promuovendo a tal fine ogni iniziativa coerente con la propria missione individuata al precedente art. 4 del presente Codice.

2. In attuazione del precedente comma, lo Studio sostiene con tutti i mezzi a propria disposizione ed in particolare con onorari agevolati: (i) le nuove iniziative imprenditoriali; (ii) le imprese in difficoltà; (iii) le iniziative di introduzione in azienda di modelli organizzativi per la prevenzione dei reati penali.

Articolo 14
(Rapporti con i Media)

1. Lo Studio garantisce la corretta informazione dei propri stakeholders sia mediante i mezzi di comunicazione tradizionale, sia tramite il proprio sito internet.

2. Lo Studio predilige quale forma di comunicazione primaria dei propri valori e della propria attività le forme di rapporto diretto tra il proprio personale e gli interlocutori sociali.

3. Salvo quanto indicato nei precedenti commi, allo scopo di garantire una coerenza delle comunicazioni ufficiali dello Studio ed il rispetto delle vigenti normative sulla deontologia professionale, tutti gli interventi di comunicazione esterna, che comportano la spendita del nome o del marchio dello Studio, debbono essere preventivamente autorizzati dal Consiglio Direttivo dell'Associazione.

4. Qualora i Soci, i Dipendenti ed i Collaboratori presenzino a manifestazioni, convegni o incontri in funzione in rappresentanza dello Studio, gli stessi avranno cura di mantenere un comportamento consono a garantire ed incrementare l'immagine positiva di cui gode lo Studio, astenendosi se non preventivamente autorizzati dal Consiglio Direttivo dell'Associazione, dal rilasciare pubbliche dichiarazioni che possano impegnare lo Studio.

**CAPO V°
AUTORITÀ**

Articolo 15

(Rapporti con gli Ordini Professionali, la UIF e l'Amministrazione Finanziaria)

1. Le relazioni dello Studio con gli Ordini professionali a cui appartengono i Soci e la Pubblica Amministrazione in genere debbono ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge, regolamentari e deontologiche applicabili e non possono in alcun modo compromettere l'integrità o la reputazione dello Studio.
2. I rapporti istituzionali con i soggetti di cui al precedente comma, volti alla rappresentazione e tutela degli interessi dello Studio sono riservati esclusivamente alle funzioni competenti ed alle responsabilità a ciò delegate e vanno esercitati in maniera trasparente, rigorosa e coerente, evitando atteggiamenti dai quali possano dedursi tentativi di influenzare impropriamente e/o indebitamente l'attività e le opinioni delle medesime Amministrazioni.
3. Lo Studio fornisce permanentemente la massima collaborazione all'Unità di Informazione Finanziaria della Banca d'Italia.

Articolo 16

(Rapporti con l'Autorità Giudiziaria)

1. Lo Studio opera, nello svolgimento delle specifiche attività, in modo lecito e corretto, e garantisce la massima collaborazione all'Autorità Giudiziaria ed agli Organi dalla stessa delegati. In caso di ispezioni e verifiche da parte delle pubbliche Autorità, sia nei confronti dello Studio che dei propri Clienti, sarà messa a disposizione dell'Autorità Giudiziaria tutta la documentazione sussistente con assoluto divieto di distruggere o alterare registrazioni, verbali, scritture contabili e qualsiasi tipo di documento, nonché mentire o persuadere altri in tal senso.

CAPO VI°

CONTABILITÀ, RICICLAGGIO E SISTEMI DI CONTROLLO

Articolo 17

(Registrazioni contabili e Bilanci)

1. Gli adempimenti contabili ed i bilanci devono consentire la rappresentazione di un quadro attendibile e fedele della situazione dello Studio.
2. Nei loro comportamenti i soci, i dipendenti e i collaboratori sono obbligati ad astenersi da qualsiasi atto, attivo od omissivo, che violi direttamente o indirettamente i principi di cui al comma precedente oppure le procedure interne che attengono alla formazione dei documenti contabili e alla loro rappresentazione all'esterno.
3. Devono essere attuate adeguate ed opportune modalità di conservazione della documentazione contabile, al fine di garantire la genuinità e la veridicità di ciascun documento.

Articolo 18

(Riciclaggio di denaro)

1. Lo Studio garantisce il pieno rispetto della vigente normativa antiriciclaggio e delle disposizioni emanate dalle competenti Autorità.
2. I Destinatari sono tenuti pertanto a verificare in via preventiva le informazioni disponibili su clienti, sui fornitori e più in generale sulle controparti commerciali, in maniera tale da evitare qualsiasi implicazione dello Studio in operazioni idonee, anche potenzialmente, a favorire il riciclaggio di denaro.

Articolo 19
(Controlli interni)

1. L'attività svolta dallo Studio è soggetta ad un articolato sistema di controlli interni, al fine di assicurare tempo per tempo il rispetto di tutti gli adempimenti da parte della clientela e di monitorare nel continuo la qualità dei servizi erogati.
2. Il Consiglio Direttivo dell'Associazione promuove la cultura dei controlli.

CAPO VII°
INFORMAZIONI RISERVATE E TUTELA DELLA PRIVACY

Articolo 20
(Tutela della privacy)

1. Lo Studio garantisce il rispetto delle disposizioni normative tempo per tempo vigenti in materia di privacy e si impegna a tutelare la riservatezza di tutte le informazioni di qualsivoglia natura od oggetto di cui entri in possesso nello svolgimento della propria attività, evitando ogni uso improprio o indebita diffusione di tali informazioni e cura l'applicazione ed il costante aggiornamento di specifiche procedure interne.
2. Ciascun Destinatario è obbligato ad assicurare la massima riservatezza delle informazioni dei Clienti di cui viene a conoscenza.
3. È vietata qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e, in generale, la vita privata di soci, dipendenti e collaboratori dello Studio.

TITOLO III°
DISPOSIZIONI FINALI

CAPO I°
ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO E SANZIONI DISCIPLINARI

Articolo 21
(Attività di comunicazione e formazione)

1. Le previsioni contenute nel presente Codice Etico, oltre ad essere portate a conoscenza dei Destinatari, saranno fatte oggetto, di autonome e periodiche iniziative di formazione.

Articolo 22
(Accertamento delle violazioni e applicazione delle sanzioni)

1. Eventuali violazioni del Codice Etico dovranno essere segnalate da chiunque ne venga a conoscenza al Consiglio Direttivo dell'Associazione.
2. L'accertamento delle violazioni dei doveri previsti nel Codice Etico è condotto dal Consiglio Direttivo dell'Associazione.
3. I Destinatari che pongono in essere condotte in violazione del Codice Etico, ricevono una sanzione proporzionata, efficace e dissuasiva.
4. L'applicazione delle sanzioni nei confronti dei Dipendenti avviene nel rispetto delle disposizioni di legge e delle previsioni contenute negli accordi - anche individuali e nei contratti collettivi di lavoro, in particolare con riferimento agli artt. 7 e segg. della Legge 20 maggio 1970, n. 300 e delle disposizioni contenute nei C.C.N.L. applicabili.
5. L'applicazione delle sanzioni nei confronti dei Soci è decisa dal Consiglio Direttivo dell'Associazione in base ad un principio di proporzionalità e può comportare la nei casi meno gravi l'esclusione dalla partecipazione agli utili dell'Associazione per un anno e nei casi più gravi l'esclusione dall'Associazione stessa a titolo definitivo.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.