



CODICE ETICO
ISTITUTO STAMPA

Revisione 1

INDICE

1. INTRODUZIONE

2. STORIA

3. CODICE ETICO

3.1 Premessa

3.2 Svolgimento

3.3 Stakeholder

4. MISSION

5. VALORI E PRINCIPI

5.1 Imparzialità e pari opportunità

5.2 Legalità e onestà

5.3 Professionalità e fiducia

5.4 Prevenzione di potenziali conflitti di interesse

5.5 Correttezza e trasparenza

5.6 Efficienza ed eccellenza

5.7 Tutela della riservatezza e privacy

5.8 Lavoro in team

5.9 Responsabilità sociale e ambientale

5.10 Tutela della salute e sicurezza sul lavoro

5.11 Tutela dei lavoratori

5.12 Libertà di associazione

6. REGOLE DI CONDOTTA

6.1 Rapporto con dipendenti e collaboratori

6.2 Rapporto con i fornitori

6.3 Rapporto con i clienti

6.4 Collettività e ambiente

6.5 Istituzioni e Pubblica Amministrazione

6.6 Trasparenza della contabilità

7. MONITORAGGIO E CONTROLLO

7.1 Introduzione

7.2 Reati e Sanzioni

8. DIVULGAZIONE DEL CODICE ETICO

1. INTRODUZIONE

ISTITUTO STAMPA è una azienda stampatrice del territorio emiliano dal 1933.

L’azienda produce **incarti per il settore alimenti**, con particolare riferimento a quelli del settore caseario e dolciario.

Il settore in cui opera Istituto Stampa impone un certo rigore nell’operare in sicurezza alimentare e sostenibilità ambientale.

La forte propensione verso i principi etici e morali quali rispetto, trasparenza, correttezza, imparzialità, ha spinto l’azienda a redigere il proprio Codice Etico.

Nel Codice Etico verranno esplicitati i valori e i principi in cui crede Istituto Stampa, la mission e vision aziendali, le norme di comportamento e le sanzioni causa violazione.

La Mission rappresenta gli obiettivi che Istituto Stampa si impone, sulla base di principi etici e morali. Le persone che operano all’interno dell’azienda devono agire secondo questi valori.

Le regole di condotta indicano la modalità con la quale ogni partecipante diretto o indiretto della vita aziendale deve interagire. Sono elencati dunque i criteri di comportamento che il Destinatario deve adottare nel nome e per conto di Istituto Stampa.

In risposta ad una violazione del Codice Etico, la Direzione provvederà con una sanzione proporzionale all’atto compiuto e in rispetto delle leggi vigenti.

2. STORIA

ISTITUTO STAMPA è stata fondata nel 1933 come impresa individuale per la stampa a foglio della pergamena vegetale, destinata al confezionamento del burro. L'idea venne al fondatore Fulgenzio Mussini, il quale da salumiere prima, e apprendista tipografo poi, pensò di mettersi in proprio.

Con la fine della guerra e la ripresa economica, entrò in azienda il figlio Paolo, il quale, insieme a Fulgenzio, cominciò a sviluppare la stampa di imballaggi per formaggi (stracchini, mozzarelle, caciotte, ricotte).

Nei primi anni '90 in I.S. entrarono i figli di Paolo, Alberto e Giovanni. Negli ultimi anni è avvenuto l'ingresso della quarta generazione nell'attività di famiglia.

Ad oggi, l'azienda pur mantenendo come core business il **settore del caseario**, nel corso dei decenni ha ampliato la gamma dei prodotti entrando nel mercato **dolciario**, **dei salumi**, **dei prodotti da forno** e **della pasta fresca**.

Le tecnologie utilizzate, all'avanguardia del settore, comprendono la **stampa flessografica** e **rotocalco** e permettono di far fronte a qualsiasi richiesta. Grazie a queste tecnologie, continuamente rinnovate e mantenute al passo con i tempi, è possibile produrre una **grandissima varietà di materiali**: dalle carte pergamene, ai film plastici di qualsiasi spessore, agli allumini nudi e accoppiati.

La forte propensione verso l'innovazione ha portato l'azienda ad investire in attrezzati laboratori di analisi, consentendo un adeguato controllo in entrata e in uscita dei materiali nonché una **continua attività di ricerca e sviluppo** per migliorare la qualità del prodotto. Così anche gli uffici tecnici, che accolgono personale pronto a soddisfare ogni esigenza della clientela. Un focus particolare è riservato all'ambiente, utilizzando impianti specifici che adempiono agli obblighi ecologici.

3. CODICE ETICO

3.1 Premessa

Istituto Stampa applica al proprio interno un regolamento aziendale nel quale sono disciplinati specifici comportamenti aziendali in linea e nel rispetto dei valori primari dell’azienda: **etica, onestà, rispetto e trasparenza.** È imprescindibile il rispetto dei valori fondamentali all’interno delle attività aziendali e a tutti i livelli.

3.2 Svolgimento

L’azienda incoraggia la buona prassi e il senso etico all’interno del contesto lavorativo, attraverso la formazione e divulgazione dei principi morali aziendali.

Il Codice Etico di Istituto Stampa nasce con l’obiettivo di far rispettare i principi e i valori aziendali, cercando di prevenire comportamenti sleali da parte dei soggetti partecipanti all’attività.

Tutte le attività della Società in Italia e all’Estero devono essere improntate al rispetto delle disposizioni di legge e dei regolamenti dei Paesi con cui opera, dei principi di onestà, affidabilità, imparzialità, lealtà, trasparenza, correttezza e buona fede sia per il perseguitamento dei propri obiettivi sia per la ragionevole prevenzione dei reati previsti dal D.Lgs. 231 del 2001.

3.3 Stakeholder

Gli Stakeholder sono i Destinatari del Codice Etico.

Con il termine stakeholder si intendono le categorie di individui portatori di interesse che influenzano l’attività aziendale e a loro volta sono influenzati da essa.

Istituto Stampa utilizza il Codice Etico come linea guida dei comportamenti che ogni stakeholder deve adottare in rispetto dei principi etici.

4. MISSION

Istituto Stampa svolge un ruolo primario nella catena di produzione di imballaggio destinato a prodotti alimentari.

Per questo si impegna in una produzione ecosostenibile che rispetti le normative del settore e dell'ambiente in cui opera, nonché nella costante ricerca di packaging innovativi volti a soddisfare il cliente.

La nostra Mission si basa su:

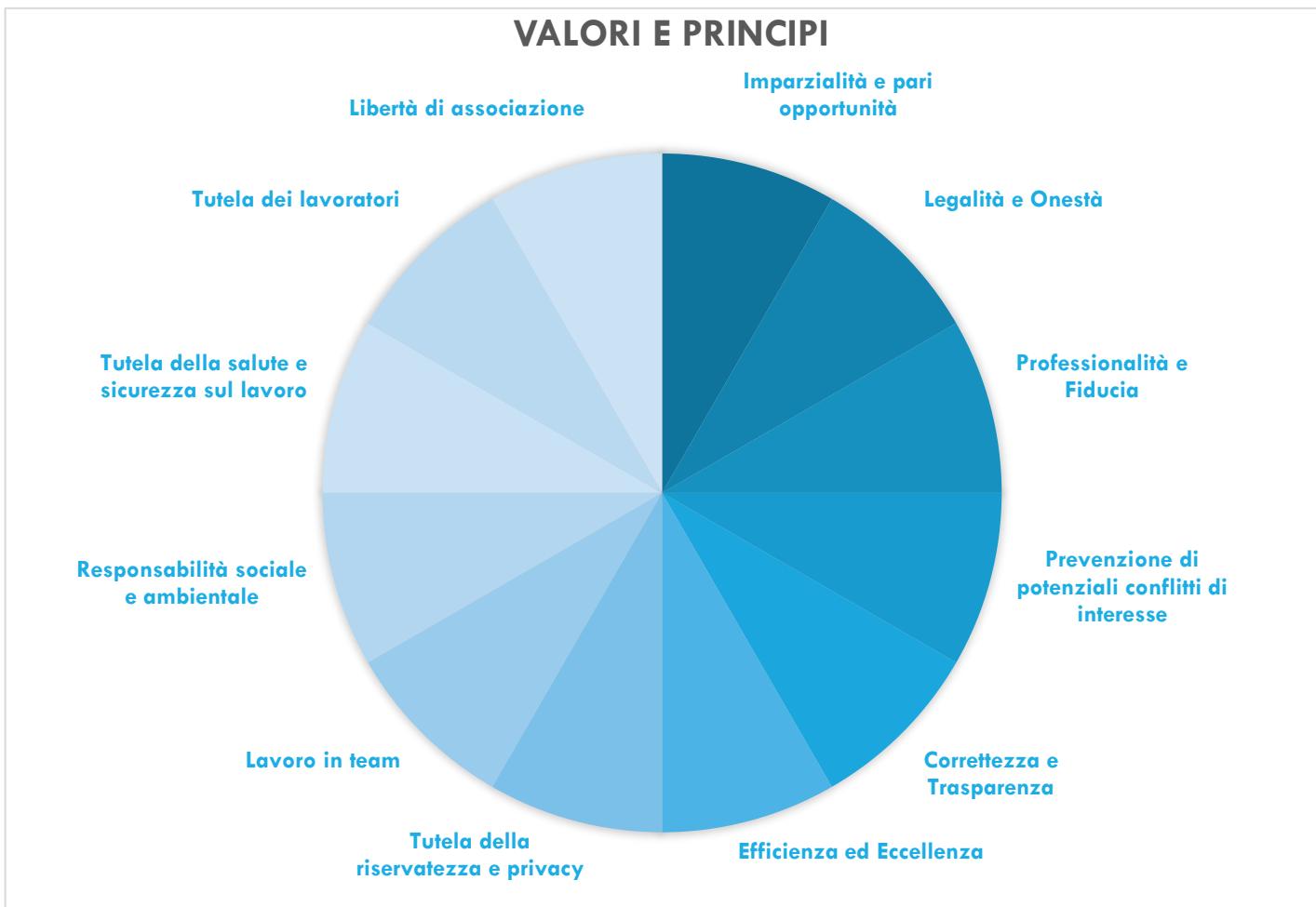
- Mantenimento e miglioramento costante della stampa;
- Sviluppo di imballaggi flessibili innovativi ed ecosostenibili;
- Creazione di una rete di stakeholder basata su fiducia, rispetto reciproco, sostegno e collaborazione;
- Rispetto dell'ambiente in cui operiamo;
- Sostegno della nostra comunità;
- Generazione di valore economico grazie alla crescita continua aziendale.

5. VALORI E PRINCIPI

Fin dalla sua nascita, Istituto Stampa si è basata su principi etici volti a comportamenti leali tra tutti gli stakeholder.

Il Codice Etico ha l'obiettivo di fornire tutti gli strumenti per attuare i valori promossi dall'azienda e di creare uno standard di comportamento per tutti i collaboratori della Società nella conduzione degli affari e, in generale, nelle loro attività.

Il gruppo applica al proprio interno un regolamento aziendale in cui sono disciplinati specifici comportamenti aziendali in linea con i valori primari dell'azienda.



5.1 Imparzialità e pari opportunità

Istituto Stampa agisce nel pieno rispetto delle caratteristiche personali, incentivando lo spirito di appartenenza e valorizzando la professionalità, l'integrità e il senso di responsabilità, in ottemperanza dei principi di libertà, dignità della persona umana e rispetto delle diversità, ripudiando ogni discriminazione basata sull'età, sul sesso e sull'orientamento sessuale, sulle razze, sulle lingue, sulle condizioni personali e sociali, sul credo religioso e politico.

5.2 Legalità e onestà

Qualunque dipendente, collaboratore, consulente, fornitore, cliente si impegna a condurre la propria attività nel pieno rispetto delle normative vigenti e dei regolamenti interni, assicurando che le decisioni assunte non siano in alcun modo riconducibili, anche solo potenzialmente, a interesse personale.

Lealtà e onestà devono essere le fondamenta su cui si basano le decisioni prese per conto dell’azienda.

5.3 Professionalità e fiducia

Ciascun dipendente e collaboratore deve agire in conformità delle linee di condotta, con impegno e rigore etico in modo da tutelare, in qualsiasi situazione, l’immagine e la buona reputazione della Società.

Per contro, Istituto Stampa si impegna a valorizzare la professionalità di ogni singolo Destinatario. L’investimento migliore è quello rivolto al personale: l’obiettivo è quello di sviluppare e accrescere le competenze del proprio collaboratore.

5.4 Prevenzione di potenziali conflitti di interesse

I Destinatari sono tenuti a evitare ogni situazione e ad astenersi da ogni attività che possa contrapporre un interesse personale e/o familiare a quelli della Società.

Non sono, in nessun caso, tollerati comportamenti opportunistici e personali che possano sfociare in conflitti di interesse.

Tali eventi dovranno essere segnalati e comunicati alla Direzione.

5.5 Correttezza e trasparenza

Tutte le azioni dei Destinatari devono essere improntate sulla correttezza e sulla trasparenza.

Istituto Stampa pone l'obiettivo di fornire internamente informazioni complete, tempestive e veritieri, garantendo la trasparenza delle decisioni assunte senza possibili ambiguità.

L'azienda si impegna ad eliminare qualunque tipo di asimmetria informativa verso coloro con i quali sottoscrivono accordi o contratti.

5.6 Efficienza ed eccellenza

Istituto Stampa si impegna a investire costantemente per garantire un continuo miglioramento del servizio e del prodotto finale, perseguendo sempre l'economicità della gestione e l'impiego delle risorse umane.

5.7 Tutela della riservatezza e privacy

Tutti gli stakeholder sono a conoscenza dell'importanza di non divulgare dati sensibili: tutte le informazioni aziendali e i dati personali vengono tutelati nel rispetto delle normative vigenti, in modo da prevenire l'uso e la diffusione non autorizzate degli stessi.

Istituto Stampa assicura una tutela delle informazioni riservate e un non utilizzo improprio di quest'ultime.

Le informazioni raccolte dall'Azienda devono essere necessarie per la finalità economica e commerciale; ogni informazione non necessaria non verrà richiesta.

I dati condivisi da fornitori, clienti e collaboratori saranno tutelati dalla privacy.

5.8 Lavoro in team

Istituto Stampa crede fortemente nel valore delle risorse umane, tanto che il turnover aziendale è tendente allo zero. La Società, infatti, investe costantemente nella formazione del proprio personale e si impegna a mantenere un clima familiare, così da eliminare qualunque forma di competizione interna.

Il lavoro in team risulta essere uno strumento fondamentale per IS per raggiungere gli obiettivi prefissati con tutti gli stakeholders.

5.9 Responsabilità Sociale e Ambientale

Istituto Stampa opera nel rispetto delle leggi del Paese in cui risiede e si impegna a produrre in modo sicuro e responsabile, riducendo al minimo il proprio impatto ambientale.

5.10 Tutela della salute e sicurezza sul lavoro

Istituto Stampa si impegna a garantire la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro e a rispettare la normativa vigente in materia.

Il dipendente segue corsi di formazione lavoro per imparare il mestiere; l'azienda si pone come obiettivo quello di valutare e di conseguenza diminuire o eliminare possibili rischi.

Istituto Stampa riconosce l'importanza assoluta verso le misure di protezione e l'adeguata istruzione del personale.

Le nuove tecnologie nascono con l’obiettivo non solo di migliorare il risultato finale, ma anche di diminuire i possibili rischi del lavoro. Ecco perché l’azienda risulta essere sempre attenta a possibili investimenti riguardanti l’innovazione tecnologica. La tendenza è dunque quella di sostituire la vecchia tecnologia con la nuova tecnologia.

5.11 Tutela dei lavoratori

L’azienda non impiega lavoratori con età al di sotto di quanto prestabilito dalla legge e dalla nazione. L’art. 37 della Costituzione prevede un limite di età del soggetto lavoratore pari ai 16 anni, come indicato nell’art. 3 della L. n. 977/1967, modificato dall’art. 5 del D. Lgs n. 345/1999 e D.Lgs 262/2000 e, i lavori “pesanti” e le ore straordinarie sono proibiti ai minori di 18 anni.

I rapporti lavorativi sono volontari e basati sul consenso reciproco, escludendo ogni forma di lavoro forzato.

Non sono accettati comportamenti volti a violenza fisica e sessuale, trattenute di salario, minacce, bullismo, discriminazione, lavoro vincolato, mancato versamento del contributo per la pensione, mancanza di contratto regolare, ferie e permessi non concessi. Il lavoro deve essere basato dunque sul consenso di entrambe le parti, con la libertà di recedere e concludere in qualsiasi momento.

5.12 Libertà di associazione

I dipendenti hanno il diritto di partecipare ad associazioni o organizzazioni lavorative, senza che la direzione interferisca o ponga dei limiti, come indicato nell’art. 39 della Costituzione Italiana e dalla L. 20/05/1970 n. 300 art. 19-21 dello Statuto dei lavoratori.

Vi è piena libertà di contrattazione collettiva: l'associazione può e deve comunicare con il datore di lavoro affinché si regolarizzino le condizioni di impiego. L'obiettivo è quello di promuovere e tutelare gli interessi del lavoratore.

6. REGOLE DI CONDOTTA

6.1 Rapporto con dipendenti e collaboratori

Le risorse umane rappresentano un elemento indispensabile per l'esistenza e lo sviluppo della Società. La professionalità, la passione e la motivazione di dipendenti e collaboratori sono valori essenziali per il raggiungimento degli obiettivi.

Istituto Stampa tutela la dignità, la salute, la sicurezza e la privacy dei propri lavoratori, provvedendo ad informarli sui rischi che possono incorrere nello svolgimento della loro prestazione lavorativa al momento dell'assunzione.

In conformità alla normativa vigente in materia di sicurezza e salute, la Società pone grande importanza all'integrità fisica e morale dei propri dipendenti, assicurando condizioni lavorative rispettose della dignità individuale.

Istituto Stampa si assicura che non vi siano atti di violenza, coercizioni psicologiche, sfruttamento del lavoro minorile o delle persone in stato di bisogno.

6.2 Rapporto con i fornitori

Il Personale che ha contatti con i fornitori deve improntare la propria condotta nel rispetto dei principi di trasparenza e correttezza.

La selezione dei fornitori e la formulazione delle condizioni di acquisto dei beni e servizi è dettata da valori e parametri di liceità, concorrenza, obiettività, correttezza, imparzialità, equità nel prezzo, qualità del bene e/o del servizio.

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando l'assunzione di vincoli contrattuali che comportino forme di dipendenza verso il fornitore contraente e valutando, ove possibile, più alternative. Non è tollerato alcun tipo di comportamento che possa sfociare in accordi non limpidi, basati su omaggi, atti di cortesia o ospitalità, benefici o riconoscimenti, salvo oggetti di poca entità e valore come gadget aziendali.

Il fornitore selezionato dovrà rispettare ed essere portatore degli stessi principi di Istituto Stampa.

6.3 Rapporto con i clienti

Il Personale che ha contatti con i clienti deve creare una relazione basata sulla fiducia e sulla correttezza. Istituto Stampa crede fortemente che lavorare con onestà comporti la nascita di collaborazioni durature con il cliente. I rapporti con i clienti devono essere improntati sull'onestà, sulla cortesia e sulla trasparenza, con spirito di professionalità, responsabilità e integrità.

Lo scopo dell'Azienda è quello di soddisfare il cliente e di non adottare pratiche elusive, scorrette o discriminatorie.

Sono vietati tutti i comportamenti volti ad ottenere o cedere donazioni, benefici, cortesia o ospitalità.

6.4 Collettività e ambiente

Istituto Stampa è impegnato a garantire un ambiente di lavoro produttivo, in un clima positivo e di collaborazione per e fra tutti gli stakeholder.

L’azienda si impegna a fornire un ambiente di lavoro sano e sicuro, nel rispetto dell’ambiente e in conformità a tutte le normative vigenti a protezione della salute e sicurezza del lavoratore e dell’ambiente. Per evitare incidenti e lesioni personali, il collaboratore deve prestare massima attenzione seguendo le normative e le regole e lavorando in rispetto e a cura dell’ambiente.

6.5 Istituzioni e Pubblica Amministrazione

I rapporti con le istituzioni sono demandati esclusivamente a chi è formalmente incaricato con esplicito mandato.

Ogni azione che coinvolga un ente istituzionale sarà gestita nella massima trasparenza e correttezza, con onestà e rispetto.

In particolare, coerentemente con i principi di cui al presente Codice Etico, è fatto divieto, nei rapporti con i rappresentanti delle Istituzioni, direttamente o indirettamente, di:

- promettere o effettuare elargizioni in denaro che non costituiscano adempimento di precise e formali obbligazioni di legge e/o contrattuali;
- promettere e/o dare omaggi o regali al di fuori degli scopi o per finalità diverse da quelle di prassi aziendale o delle normali pratiche di cortesia;
- proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale o familiare;
- promettere o concedere benefici di qualsiasi natura, al fine di influenzare l’indipendenza di giudizio o di ottenere un qualsiasi vantaggio per la Società;

- tenere una condotta ingannevole che possa indurre la Pubblica Amministrazione in un errore di valutazione tecnico-economica dei prodotti e dei servizi offerti/forniti;
- destinare contributi, sovvenzioni, incentivi, agevolazioni o finanziamenti pubblici a finalità anche solo in parte diverse da quelle per le quali sono stati ottenuti;
- omettere informazioni dovute alle Istituzioni od utilizzare attuando artifici o raggiri documenti non veritieri o falsi.

6.6 Trasparenza della contabilità

L’Azienda redige i propri bilanci e gestisce la contabilità in rispetto della normativa. Tutte le azioni, quali movimento di denaro e operazioni finanziarie, sono tracciate.

Ogni pagamento è dunque registrato e può essere giustificato; il bilancio viene redatto nel rispetto dei principi di compilazione con piena trasparenza, completezza, accuratezza e chiarezza.

7. MONITORAGGIO E CONTROLLO

7.1 Introduzione

Istituto Stampa si impegna a condividere con i propri stakeholders il Codice Etico in oggetto.

Il Destinatario deve considerare il documento parte integrante del proprio contratto.

7.2 Reati e Sanzioni

Allo scopo di garantire l'effettiva applicazione del Codice Etico da parte di tutti i Destinatari, l'azienda richiede a coloro i quali vengano a conoscenza di violazioni, di comunicarlo ai Responsabili.

In caso di violazione del Codice Etico, dunque rivolgersi alla Direzione di Istituto Stampa.

La Direzione garantirà che nessuno in ambito lavorativo subisca ingiustizie, ritorsioni, illeciti comportamenti, disagi o discriminazioni per genere o provenienza.

Una volta accertata la violazione, la Direzione agirà, nel rispetto delle normative vigenti, con provvedimenti disciplinari adeguati e proporzionali alla violazione stessa. I provvedimenti saranno in linea con le leggi vigenti e con il contratto di lavoro aziendale, partendo da piccole sanzioni fino ad arrivare ad allontanare il soggetto dalla Società.

Istituto Stampa, infatti, non intende collaborare con soggetti che non operano nel rispetto della legge e del Codice Etico, non curanti quindi dei principi etici e morali in cui l'Azienda crede.

8. DIVULGAZIONE DEL CODICE ETICO

Istituto Stampa si impegna a condividere il Codice Etico con tutti i dipendenti e terzisti attraverso canali di comunicazione.

È dovere di tutti gli stakeholder leggere, comprendere e applicare i principi indicati nel Codice Etico.

Il Codice Etico di Istituto Stampa può essere aggiornato e migliorato dalla Direzione.