Politica della qualità

scritto da Confindustria Salerno | Marzo 27, 2014

La Mission di Confindustria Salerno è di rappresentare e tutelare gli interessi delle Aziende Associate, favorendone la crescita e l'aggregazione, garantendo le condizioni per lo sviluppo di nuove imprese e del mercato in una realtà economica altamente complessa e variegata.

L'Associazione persegue i propri obiettivi, collaborando e dialogando con tutte le componenti dello scenario Istituzionale ed economico al fine di promuovere il valore sociale ed il potenziale produttivo dell'impresa.

La crescente competizione globale ha costantemente spinto ad aspettative degli Associati sempre più stringenti per quanto riguarda la Qualità.

Per essere competitivi e mantenere buoni risultati economici occorre quindi che siano messi in atto sistemi sempre più efficaci ed efficienti.

Tali sistemi dovrebbero comportare un miglioramento continuo della Qualità e della soddisfazione dei nostri Associati. L'Organizzazione individua nel pieno soddisfacimento delle attese di quanti intervengono in maniera diretta o indiretta al ciclo dei processi dell'Azienda (Clienti, Dipendenti, Collaboratori, Fornitori, Outsourcers), l'obiettivo prioritario della sua Politica per la Qualità. Ritiene che la Qualità delle attività prestate, ottenuta attraverso un impegno costante in ogni fase del processo aziendale, sia la chiave per rispondere adeguatamente alle esigenze esplicite ed implicite dei Clienti. Individua quindi, nella creazione e nello sviluppo di un Sistema di Gestione per la Qualità, il mezzo più adeguato per raggiungere e mantenere questi obiettivi.

– A fondamento del Sistema di Gestione per la Qualità pone i seguenti requisiti essenziali:

– Nella gestione del Sistema è impegnata, in modo diretto, continuo e permanente la Direzione.

– Nell'attuazione del Sistema di Gestione per la Qualità è coinvolto pienamente e consapevolmente il personale a tutti i livelli.

– Il rapporto con il Cliente è improntato alla massima collaborazione e trasparenza, al fine di valutarne correttamente le esigenze e potervi rispondere tempestivamente.

– Viene mantenuto un rapporto di stretta collaborazione con i fornitori, per il miglioramento della Qualità dei prodotti e/o dei servizi acquistati.

– Nella consapevolezza del ruolo preminente delle risorse umane, particolare attenzione è dedicata alla formazione ed allo sviluppo di tutto il personale.

– Il Sistema di Gestione per la Qualità è continuamente monitorato per valutarne l'efficacia

attraverso strumenti di controllo e miglioramento, quali audit interni, analisi dei dati di feed-back da parte dei Clienti (Customer Satisfaction), analisi di tendenza delle non conformità rilevate, azioni correttive per garantire il continuo adeguamento agli standard qualitativi stabiliti.

L'Organizzazione ritiene prioritario quanto definito nella politica generale della qualità, verificando, a valle delle considerazioni periodiche sull'andamento del Sistema di Gestione per la Qualità ed in sede di Riesame della Direzione, la congruenza della stessa con le strategie e gli obiettivi di volta in volta pianificati.

La politica per la qualità è comunicata all'interno e presso i partners attraverso apposite riunioni o sessioni formative, aventi anche lo scopo di raccogliere le indicazioni del personale al fine di una piena condivisione di quanto stabilito.

Il Sistema Qualità sviluppato è conforme ai requisiti della norma UNI EN ISO 9001:2015.

La diffusione della conoscenza e l'applicazione di tale norma in tutta l'Azienda, sono assicurate dall'impegno costante della Direzione che, attraverso apposite riunioni, comunica periodicamente il suo impegno nel soddisfare i requisiti del Sistema di Gestione per la Qualità.

Periodicamente, in occasione dei Riesami del Sistema, la Direzione definisce gli obiettivi aziendali indicando anche gli impegni per il loro raggiungimento e per migliorare continuamente l'efficacia del Sistema stesso.

Salerno, 02/05/2018

Il Presidente Ing. Andrea Prete

Allegati

Politica della Qualità.pdf

Carta Valori Associativi

scritto da Confindustria Salerno | Marzo 27, 2014

PARTE PRIMA

La carta dei valori come percorso

1. Produrre valore attraverso i valori

Confindustria ritiene di darsi una Carta dei Valori perché è consapevole di essere cresciuta molto per numero e per tipologia di associati e di essere destinata a crescere ancora.

La crescita porta con sé arricchimento e forza e richiede integrazione e compattezza.

Confindustria attraverso la Rappresentanza degli interessi, attraverso i Servizi e anche tramite l'Identità collettiva che esprime, richiama implicitamente alcuni fondamentali valori condivisi che producono valore aggiunto associativo e che sono il motivo dello stare insieme.

La Carta dei Valori di Confindustria ha molteplici obiettivi:

- serve ad esplicitare i valori condivisi;
- è un documento che ha come riferimento il sistema confederale nel suo insieme;
- intende affiancare Statuto e Codice Etico;
- mutua i valori dell'impresa e li declina all'interno di un sistema associativo complesso;
- sceglie tra i tanti valori possibili quelli che possono accompagnare l'associazione nel medio-lungo periodo più che nell'immediato;
- viene costruita attraverso un metodo di confronto condiviso e tale da far emergere la catena del valore dell'essere associati.

Come l'azienda mira a sviluppare una catena del valore aziendale, così l'associazionismo d'impresa può sviluppare una catena del valore associativo.

2. Affrontare l'allargamento delle componenti

Negli ultimi anni sono cadute molte barriere, molte sovrastrutture presenti per molti anni nei mercati italiani della produzione e degli scambi. Questa rinnovata libertà ha fatto confluire in Confindustria imprese con culture diverse e tradizioni diverse.

Questo processo di allargamento è un segnale evidente della forza di attrazione di Confindustria che genera, contemporaneamente, la necessità di guidare l'espansione delle componenti medesime.

Oggi sono presenti nel sistema:

- imprese di piccola e grande dimensione;
- soggetti provenienti dal mondo del terziario innovativo, che sono espressione di un processo di affiancamento all'industria o che addirittura risultano essere frutto dei processi di ristrutturazione e di esternalizzazione da parte delle imprese;
- soggetti che tradizionalmente si collocano a valle del sistema produttivo, ma che intendono assumere un approccio e un'identità di tipo "industriale" nel loro modo di operare (è il caso ad esempio del turismo);
- soggetti di rete (precedentemente pubblici) che hanno intrapreso la strada della graduale liberalizzazione e privatizzazione, con la conseguenza di dover assumere via via comportamenti aziendali e di mercato (è il caso dell'ENI, della Telecom, delle FS).

Ciò che accomuna lo stare insieme di tali soggetti, pur diversi nella loro origine, è la loro natura di impresa, come struttura organizzata che produce valore.

L'aquila confederale, il marchio in cui si riconoscono le imprese di Confindustria, costituisce il simbolo dell'Identità comune e opera come richiamo unificante per tutti gli

associati, qualunque sia la loro provenienza.

La Carta dei Valori rappresenta il Minimo Comune Denominatore in termini di valori che lega le componenti sotto un'unica identità che dà una risposta all'allargamento della base associativa.

3. Riconoscere la forza delle differenze

Dalla differenza delle imprese che si riconoscono nei valori comuni simboleggiati dall'aquila confederale proviene la forza di Confindustria, come ricchezza di sistema.

Tra le imprese esistono molte differenze. Non c'è solamente la diversità legata alla grande e alla piccola dimensione, alla collocazione al Nord o al Sud. E' soprattutto ciò che avviene "dentro" il ciclo produttivo a differenziare le aziende:

- la tipologia di prodotto: beni o servizi; beni durevoli, semidurevoli, strumentali; finali o intermedi; di marca o non di marca;
- il tipo di mercato: globale, nazionale, locale;
- la tecnologia adottata: alta tecnologia, media tecnologia, bassa tecnologia;
- l'organizzazione aziendale scelta: accentrata, decentrata, a rete;
- la forma proprietaria: familiare o azionaria;
- il radicamento territoriale: collocazione all'interno di un distretto oppure isolati.

Riconoscere e accettare le differenze è la forza alla base di Confindustria.

Ogni differenza, che non è contrapposizione, è infatti portatrice di un valore utile al sistema di impresa così come al sistema associativo ed è una risorsa per "fare sistema".

4. Promuovere costantemente l'integrazione

L'articolazione delle componenti associative porta con sé le

tante possibili convergenze che disegnano un percorso evoluto d'integrazione.

Integrare mondi diversi, ma accomunati da un'"anima industriale" comune, rappresenta un processo costante e un valore da perseguire giorno per giorno.

All'interno delle imprese assistiamo alla crescita di quei fattori che tendono a ridurre le distanze, ad accentuare le interdipendenze e ad accomunare i concreti comportamenti d'impresa indipendentemente dal settore e dalla dimensione:

- la progressiva esternalizzazione di parti della propria catena del valore;
- la crescente integrazione della catena fornitore/cliente;
- la diffusione dei sistemi di impresa a rete;
- la crescente incorporazione nel prodotto di fattori immateriali;
- la sempre maggiore interdipendenza tra imprese e sistema esterno;
- la continua combinazione in tutte le imprese dell'economia di scala con l'economia di scopo.

Come le imprese si integrano per rafforzarsi nel mercato, anche il sistema associativo deve trovare forza nell'integrazione, nella ricerca di scopi comuni, nell'Identità associativa.

5. Accompagnare gli interessi verso i valori

La costruzione di una comune Carta dei Valori costituisce un processo di convergenza per definire i valori comuni.

E' più facile riconoscere gli interessi propri o del proprio settore che non quelli comuni all'intero sistema di rappresentanza.

La Carta dei Valori ha lo scopo di "accompagnare" gli interessi verso i valori comuni: sfruttando la forza che

deriva da ciò che distingue e contemporaneamente la forza che proviene da ciò che unisce si può far crescere ulteriormente il comune Patto Associativo che oggi lega le imprese di Confindustria.

La Carta dei Valori testimonia della volontà di stare insieme, sulla base di valori comuni, al di là delle differenze e nella trasparenza di regole comunemente condivise, “accompagnando” la grande massa di interessi specifici verso valori generali.

La costruzione di una Carta dei Valori crea un’occasione per ricominciare a tessere uno sviluppo associativo evoluto per il secolo che viene.

PARTE SECONDA

La carta dei valori come prodotto

1. I criteri di scelta

Costruire un insieme di valori comuni richiede di precisare qualità e livello dei medesimi, per non cadere nella banalità del generico da un lato o del troppo specifico dall’altro.

I valori considerati sono definibili come:

- ciò che viene condiviso dagli associati;
- ciò che determina le ragioni del loro “stare insieme”;
- ciò che legittima i comportamenti degli associati;
- ciò che orienta concretamente le scelte dell’Organizzazione;
- ciò che consente il perseguimento degli scopi associativi;
- ciò che dà continuità all’Organizzazione.

L’insieme dei valori può essere definito come il nucleo dell’Identità associativa.

La Carta fa riferimento a:

- valori di tutto il sistema confederale e non di specifiche parti o componenti di esso;
- valori di impresa e non dell'imprenditore, visto che il sistema confederale associa imprese;
- valori "intermedi": né troppo generali né troppo specifici, atti a disegnare un Minimo Comune Denominatore Valoriale;
- valori di scenario, in una prospettiva di 5-10 anni, poiché la progettualità della costruzione della Carta dei Valori non può che essere attivata con riferimento a trend evolutivi di tipo medio-lungo;
- valori interni e valori esterni al sistema confederale.

2. Anima Industriale e Anima Associativa

I valori sono stati suddivisi in due gruppi: quelli relativi all'Anima Industriale e quelli relativi all'Anima Associativa.

La prima categoria comprende i valori tipici dell'azienda industriale, intesa nel senso originario del "produttore di beni", integrato dalle logiche attuali, sino all'imprenditore dei servizi di mercato.

Essa perciò unisce trasversalmente gli associati al sistema confederale, unificandoli di fatto, all'insegna dei processi evoluti di produzione, indipendentemente dal settore di appartenenza o dalle dimensioni d'impresa o dalla tipologia proprietaria.

La seconda categoria comprende i valori tipici dell'associazione di imprese, intesa nel senso consolidato di soggetto collettivo, il quale offre Identità, Rappresentanza, Servizi, in tutte le forme più evolute e sofisticate.

I valori della prima categoria vengono assunti nella Carta dei Valori, in quanto distintitivi dell'Identità d'impresa, ma mutuati all'interno del sistema associativo.

I valori della seconda categoria vengono incorporati nella

Carta dei Valori, in quanto distintivi dell'Identità associativa (e, in quanto tali, si aggiungono ai precedenti).

Entrambe le tipologie dei valori entrano a formare la "catena del valore associativo" del sistema confederale.

PARTE TERZA

Dieci valori per svilupparsi

L'ANIMA INDUSTRIALE COSTITUISCE UN INSIEME DI VALORI DA RECUPERARE ATTRAVERSO IL PERSEGUIMENTO DI ALCUNI SPECIFICI VALORI RICONOSCIUTI DALLE IMPRESE DI CONFINDUSTRIA

1. L'IMPRENDITORIALITA' è un valore

Al centro del sistema associativo è l'impresa e ciò che accomuna il sistema è il fare impresa.

Il sistema associativo rappresenta l'impresa che prevale sull'imprenditore: al centro del sistema è l'impresa con la quale l'imprenditore si identifica nelle vicende e negli scopi.

Nel sistema associativo si riconoscono tutte quelle imprese che attraverso processi di trasformazione producono valore: l'identità non è data dalla produzione di beni o servizi ma dalla titolarità di una gestione che produce valore attraverso qualità dei processi.

Perseguire, sostenere, diffondere, far crescere la cultura d'impresa è un valore per il sistema associativo, sia verso l'interno sia verso l'esterno.

Il sistema associativo assume come valore sviluppare competenze e comportamenti finalizzati a concretizzare questa cultura d'impresa sia tra gli associati che sull'esterno.

2. La CONTINUITA' è un valore

L’impresa ha come scopo e valore fondamentale la sua continuità nel tempo, perseguibile solo andando oltre la logica del risultato immediato per raggiungere la più efficace stabilità e continuità del risultato stesso.

L’impresa ha per valore lo sviluppo inteso come crescita qualitativa e non necessariamente solo quantitativa del valore dell’impresa.

Il sistema associativo persegue contemporaneamente due scopi: il risultato e l’accrescimento del valore dell’impresa.

Il sistema associativo assume come valore la scelta di quelle soluzioni ed azioni che favoriscono continuità di risultati nel tempo ed accrescimento del patrimonio del sistema delle imprese.

3. Il MERCATO è un valore

L’impresa sceglie il libero mercato come l’ambiente più favorevole per ottenere una vera e reale continuità; il mercato va regolato solo per evitare distorsioni.

Per converso in un libero mercato sono legittimate solo le imprese competitive, in grado cioè di produrre un progressivo sviluppo con un ottimale impiego di risorse.

Il sistema associativo assume come valore di difendere proteggere e sviluppare sia il mercato come luogo di confronto sia la legittimità delle imprese competitive.

4. Il SISTEMA D’IMPRESA è un valore

Il sistema industriale vive, prospera e si sviluppa nel sistema esterno con particolare riferimento all’Unione Europea.

Fare sistema tra le imprese è sempre più una necessità oltre che un’opportunità poichè la competizione richiede di allungare la catena del valore creando sempre più ampi e

trasversali collegamenti.

Il sistema associativo assume come valore l’interdipendenza tra sistema industriale e sistema esterno come generatrice di valore. Il sistema opera su tutte le variabili di questa interdipendenza.

Il sistema associativo assume come valori sia il fare sistema tra le imprese che il fare sistema tra imprese e contesto esterno.

5. Essere nel TERRITORIO e nel SETTORE è un valore

L’impresa è forte e competitiva se è in grado di confrontarsi e di competere nel proprio settore di business ma anche se è fortemente radicata nel territorio, sia dal punto di vista culturale che operativo.

Il sistema associativo assume come valore lo sviluppo delle condizioni della competitività lungo due assi: quella del settore e quella del territorio.

L’ANIMA ASSOCIATIVA

SI BASA SU UN INSIEME DI PRINCIPI E PUNTI DI RIFERIMENTO COMUNI DA RECUPERARE ATTRAVERSO IL PERSEGUIMENTO DEGLI SPECIFICI VALORI.

6. Il RICONOSCERSI nel sistema confederale è un valore

Gli imprenditori associati attribuiscono valore al riconoscersi in un logo (l’aquila confederale) che esprime la forza comune capace di ascoltare e di farsi ascoltare sia all’esterno che all’interno e che genera l’orgoglio di essere associati sotto una stessa bandiera.

Il sistema associativo assume come valore la partecipazione degli imprenditori associati in quanto protagonisti, prima che destinatari, delle scelte del sistema stesso.

Riconoscersi e partecipare è il modo di stare insieme condividendo gli stessi valori d’impresa e di associazione.

7. La DIFFERENZA tra gli aderenti è un valore

Esistono molte e crescenti differenze tra le imprese: differenza non vuol dire contrapposizione ma specificità e focalizzazione.

Il sistema associativo ritiene che le differenze sono una fonte di ricchezza per il sistema, del quale rafforzano l’autorevolezza e la rappresentatività: accettare di riconoscere le differenze è un valore.

Il sistema associativo assume come valore il pieno rispetto, riconoscimento ed apprezzamento delle differenze.

8. La PARI DIGNITA’ è un valore

Le imprese rappresentate, indipendentemente da tipologia, dimensione, etc., sono riconosciute come diverse ma pari.

Le imprese, infatti, possono essere diverse per quanto attiene agli interessi parziali e di breve ma sono pari nella ricerca di scopi comuni, di sinergie di sistema, di riconoscimento di valori.

Per questo il sistema associativo assume come valore la tutela degli interessi attraverso decisioni ed azioni che puntano a realizzare il valore dello sviluppo.

9. La LEADERSHIP associativa è un valore

Il sistema associativo esprime leadership percependo i cambiamenti ed agendo prima degli altri, in modo forte e credibile.

Il sistema associativo assume come valore la capacità di proporre, non solo agli associati ma a tutti i protagonisti dello sviluppo, percorsi ottimali che siano possibili oltre

che desiderabili.

10. L’INDIPENDENZA è un valore

Il sistema associativo esercita la propria funzione e persegue i propri scopi senza accettare interferenze, in completa autonomia.

Il sistema associativo assume come valore la propria indipendenza culturale ed operativa rispetto sia al mondo esterno, politico, istituzionale, governativo sia all’interno nei confronti di imprese o settori portatrici di interessi specifici.

Codice Etico e dei valori associativi

scritto da Confindustria Salerno | Marzo 27, 2014

Delibera Mezzogiorno – Giunta 28 gennaio 2010.pdf

CODICE ETICO E DEI VALORI ASSOCIATIVI DI CONFINDUSTRIA

PREMESSA

I mutamenti dello scenario economico, sociale e ambientale impongono un aggiornamento
dell’impianto etico e valoriale di Confindustria in grado di orientare e supportare il sistema e le
imprese aderenti nei necessari processi di evoluzione e sviluppo a livello globale.

Il quadro di riferimento per l’elaborazione del presente documento deriva da un confronto con le best practice a livello internazionale e nazionale, che ha tenuto in particolare considerazione gli standard e gli schemi metodologici di riferimento in essere e, soprattutto, in ottica prospettica.

Il Codice etico e dei valori associativi (il Codice) nasce, quindi, per aggiornare, integrare e rafforzare il sistema etico-valoriale di Confindustria e dotarla di una piattaforma strategica, volta a sollecitare un confronto con tutte le parti interessate e tesa a costruire una traiettoria di sviluppo coerente e sostenibile per l’intero sistema.

E’ altresì cruciale riaffermare quanto il rigoroso rispetto degli strumenti di verifica e di garanzia della legalità sia imprescindibile patrimonio del sistema.

Il Codice costituisce l’insieme dei valori, dei principi e degli impegni che rappresentano il riferimento per tutto il sistema confederale, orientandone e guidandone l’attività coerentemente con la vision di Confindustria definita nello statuto:

“Confindustria partecipa al processo di sviluppo della società italiana contribuendo all’affermazione di un sistema imprenditoriale innovativo, internazionalizzato, sostenibile, capace di promuovere la crescita economica, sociale, civile e culturale del Paese”.

In questo quadro, Confindustria rappresenta il punto di riferimento per le forze imprenditoriali del Paese, assicurando un senso di solida identità ai propri associati, garantendo un’efficace rappresentanza a tutti i livelli e in tutte le sedi ed erogando efficienti servizi specifici all’attività di impresa.

Nel suo operato Confindustria si ispira ai più elevati

standard etici, coniugando rispetto e difesa del principio di legalità e piena assunzione di responsabilità nei confronti di tutte le parti interessate, secondo una prospettiva integrata e strategica.
Il Codice si compone dei seguenti tre elementi:
– Carta dei valori e dei principi
– Carta degli impegni (nei confronti degli Stakeholder)
– Codice di condotta
Il presente documento assume come perimetro di riferimento:
– il sistema confederale nel suo complesso
– le Associazioni di territorio e di settore, ai differenti livelli
– gli imprenditori associati
– gli imprenditori che rivestono incarichi associativi;
– gli imprenditori che rappresentano il sistema in organismi esterni.

CARTA DEI VALORI E DEI PRINCIPI
La Carta dei valori e dei principi individua i cardini fondamentali in grado di definire gli standard etici del sistema e di fissare le coordinate comportamentali per tutte le sue componenti coerentemente con la vision confindustriale.
1. Rappresentanza
Confindustria rappresenta e promuove, in modo unitario, organico e strategico, gli interessi delle imprese a tutti i livelli, in una logica di rispetto e riconoscimento reciproco, pari dignità, valorizzazione e sintesi delle differenze. Confindustria deve essere il punto di riferimento imprescindibile, in ambito nazionale e internazionale, per la definizione di politiche industriali dirette a contribuire in maniera decisiva allo sviluppo economico, sociale, civile e culturale del Paese.
2. Identità associativa
Confindustria fonda la propria identità associativa sul libero

mercato e sulla centralità della imprenditorialità e dell'impresa. Tre elementi che, attraverso corretti ed equilibrati meccanismi competitivi, garantiscono l'innovazione e la creazione diffusa di valore e determinano le premesse per il perseguimento del bene comune, in un quadro di saldi riferimenti etici e di rispetto e difesa della legalità.

3. Responsabilità

Fare impresa impone una tensione ideale e morale indispensabile per affrontare le sfide dello sviluppo e del mercato. In quest'ottica, la responsabilità per le decisioni assunte, per le attività intraprese e per gli impatti generati rappresenta uno degli elementi imprescindibili su cui incentrare la definizione e l'implementazione di politiche e azioni orientate alla sostenibilità, all'innovazione e alla competitività del Paese. Tale principio comprende anche la responsabilità di rispettare gli impegni verso i differenti Stakeholder.

4. Legalità e regole associative

Il principio di legalità e il rispetto delle regole sono il fondamento di tutto il sistema confederale. Confindustria assicura e promuove, al proprio interno e in tutte le comunità in cui opera, il rispetto delle leggi, delle norme e delle regole, come base del patto di convivenza civile. Garantisce, inoltre, la tutela e la salvaguardia della propria funzionalità, reputazione, immagine e decoro.

5. Accountability

Confindustria considera essenziale, a ogni livello associativo, imprenditoriale e istituzionale, la necessità di rendere conto a tutti i portatori di interessi delle decisioni assunte, delle azioni intraprese e dei risultati raggiunti. Sostiene, promuove e sollecita, in ogni ambito, l'adozione di

forme sistematiche e periodiche di reporting, anche attraverso soluzioni innovative di
comunicazione e condivisione delle informazioni.

6. Etica e trasparenza

Confindustria è consapevole che dove non esistono etica e trasparenza non c'è possibilità di
sviluppo per una sana attività economica e una libera e consapevole società civile.
Confindustria orienta la propria azione, sia nei rapporti associativi, sia nei confronti degli
Stakeholder, secondo comportamenti improntati all'etica e alla trasparenza, fondati su
integrità, correttezza, lealtà, equità, imparzialità, indipendenza e autonomia di giudizio,
chiarezza delle posizioni assunte e dei meccanismi decisionali e attuativi adottati, e assenza di
conflitti di interesse.

7. Sostenibilità, innovazione, competitività

La sostenibilità è la via per perseguire, in maniera integrata, obiettivi di ordine economico,
sociale e ambientale. Confindustria ribadisce che una maggiore competitività del nostro Paese
sui mercati internazionali dipende, in particolare, dalla forza creativa e innovativa delle
imprese, in grado di coniugare crescita economica, coesione sociale nei territori e protezione
del capitale naturale. Questo approccio, volto a un efficiente ed efficace utilizzo delle risorse, a
un incremento della loro produttività e a una forte differenziazione sui mercati, consente di
realizzare processi di creazione del valore sostenibili nel tempo, a vantaggio dell'intera
collettività.

8. Relazioni con gli Stakeholder

Confindustria persegue e contribuisce alla realizzazione di avanzate politiche economico-sociali
attraverso la definizione di processi partecipati e condivisi

tra imprese, soggetti pubblici e
società civile. Confindustria riconosce gli interessi degli Stakeholder, ne rispetta le attese e,
mediante l'ascolto, il dialogo, il confronto, il coinvolgimento e la valorizzazione delle relazioni,
s'impegna a sviluppare iniziative progettuali mirate, condivise e coerenti.

9. Sistema

Confindustria agisce come fulcro di un sistema di relazioni, collaborazioni e networking ad ogni
livello, locale, nazionale e internazionale, finalizzato a realizzare la condivisione di risorse, lo
scambio di competenze e di conoscenze, l'attivazione di sinergie e il raggiungimento di obiettivi
e traguardi condivisi per lo sviluppo delle imprese e a beneficio del Paese.

CARTA DEGLI IMPEGNI DI CONFINDUSTRIA (NEI CONFRONTI DEGLI STAKEHOLDER)

La Carta degli impegni chiama Confindustria a una forte attenzione verso le prerogative degli
Stakeholder e identifica un percorso di interazione, confronto e collaborazione con i differenti
portatori di interessi.
Al contempo, chiede, per alcune categorie chiave (in primo luogo gli associati), atteggiamenti
e orientamenti in linea con i valori, i principi e gli impegni di Confindustria.

1. Imprese (associate e non associate)

Le imprese sono, per definizione, il luogo dell'innovazione e il fattore trainante della ricchezza,
non solo materiale, ma anche culturale e civile, di un Paese. Confindustria, come principale
organizzazione rappresentativa delle imprese nazionali, ha, dunque, un ruolo cruciale.
Confindustria agisce e svolge la propria attività nell'interesse primario delle imprese associate.

Inoltre, nella propria azione a supporto delle imprese, assicura pari dignità, ascolto e dialogo, trasparenza e coinvolgimento, apprezzamento, riconoscimento, rispetto e sintesi degli interessi.

2. Universo associativo

Confindustria persegue gli scopi istituzionali mediante la piena valorizzazione delle relazioni con le Associazioni di territorio e di settore e con gli altri soggetti che rientrano nel perimetro del sistema associativo. L'attività di Confindustria nei loro confronti si basa sui criteri di condivisione, cooperazione, vicinanza e trasparenza.

Al contempo, per garantire uniformità e coerenza di comportamenti e un'azione caratterizzata dai più elevati standard etici, Confindustria richiede agli associati comportamenti in linea con i propri valori e principi.

Tutti gli associati devono partecipare e contribuire alla vita associativa e operare nell'esclusivo interesse dell'organizzazione di appartenenza, rispettandone le direttive, evitando comportamenti che possano lederne l'unità, tutelandone il profilo, la funzionalità e il decoro, impegnandosi a rimettere il proprio mandato, o ad autosospendersi, in caso di situazioni di incompatibilità o di azioni lesive per il sistema nelle sue varie articolazioni.

3. Risorse umane

Proprio in ragione del fondamentale ruolo di Confindustria come agente di cambiamento nel Paese, il contributo delle sue risorse umane è essenziale.

Confindustria assicura ai propri dipendenti e collaboratori condizioni di lavoro eque, sicure, rispettose della dignità, delle pari opportunità e prive di qualsiasi forma di discriminazione o di sfruttamento. Confindustria prevede, altresì, la formazione,

lo sviluppo e la valorizzazione delle competenze e dei talenti dei propri dipendenti e collaboratori, favorendone, in questo modo, la crescita personale e professionale.
Infine, si attende dai propri associati comportamenti in linea con le politiche a favore della promozione del capitale umano qui delineate.
In parallelo, Confindustria richiede ai propri dipendenti e collaboratori un comportamento improntato a piena lealtà, correttezza, integrità, fedeltà, in coerenza con i doveri previsti dal loro ufficio.

4. Istituzioni ed Enti (nazionali e internazionali)

Il sistema confederale si rapporta, a differenti livelli e in relazione ai temi affrontati, con Enti e Istituzioni, nel rispetto dei reciproci e specifici ambiti di responsabilità, ruoli e prerogative.
Confindustria si propone come interlocutore rappresentativo, autorevole, costruttivo, affidabile, indipendente e autonomo, in grado di collaborare con le Istituzioni e gli Enti, in ambito locale, nazionale e internazionale, per la definizione di innovative politiche economiche e di sviluppo, nell'interesse delle imprese e delle diverse comunità coinvolte.

5. Parti sociali

Confindustria si propone come interlocutore fattivo, leale e affidabile delle parti sociali sui temi del lavoro e delle relazioni industriali, della competitività, dello sviluppo, a livello aziendale, territoriale, nazionale e internazionale.
Si tratta di interpretare e affrontare assieme, in modo costruttivo, i cambiamenti di scenario, che richiedono un approccio sistemico e responsabile, finalizzato ad una condivisione progettuale su sfide di cruciale rilevanza per le singole aziende, i territori, i settori produttivi e

l’intero Paese.

6. Sistema Paese (economia, cultura, scienza, politica e società)

Il sistema delle imprese è fattore di sviluppo imprescindibile per il Sistema Paese nel suo complesso. Confindustria svolge, dunque, un ruolo centrale nella costruzione di percorsi comuni di sviluppo e crescita. Per questo, interagisce, collabora e condivide, nel pieno rispetto degli specifici ambiti di autonomia e influenza, obiettivi, risorse, competenze, esperienze, iniziative con il mondo dell’economia e della finanza, della cultura e della ricerca, della scienza e della tecnologia, della politica, dell’informazione e della società civile.

7. Comunità e territorio

In una logica di corporate citizenship, il ruolo delle imprese per lo sviluppo dei territori e delle comunità in cui sono inserite è cruciale. In parallelo, la crescita e la competitività delle imprese stesse dipendono dalla qualità dei sistemi territoriali locali.

Confindustria, nelle sue varie articolazioni, esercita un presidio attivo dei processi di dialogo e confronto con tutte le componenti delle comunità di riferimento e del territorio, al fine di costruire innovazioni di sistema che sappiano porre a sintesi le diverse istanze e gli interessi, per contribuire al bene comune attraverso modelli di sviluppo sostenibili.

8. Ambiente

Confindustria ritiene il capitale naturale, ossia le risorse ambientali e i servizi forniti dagli ecosistemi, asset fondamentale per un equilibrato sviluppo delle imprese e dei territori.

L’ecoefficienza e la green economy sono fattori di successo e competitività nel confronto in atto sui

mercati internazionali; le imprese, attraverso un’attenta e innovativa gestione, possono non
solo ridurre i propri impatti, ma avere anche un effetto rigenerativo sull’ambiente.
Confindustria promuove, quindi, prassi manageriali avanzate, in modo da favorire prevenzione,
riciclo e recupero delle risorse e una consapevole tutela e valorizzazione degli ecosistemi.

CODICE DI CONDOTTA

Il Codice etico e dei valori associativi, nelle sue diverse componenti, rappresenta il quadro di
riferimento per la vita dell’intero sistema associativo.
Sottoscrivendo il Codice etico e dei valori associativi, le Associazioni di territorio e di settore, ai
differenti livelli, gli imprenditori associati e i dipendenti ne rispettano e promuovono i valori, i
principi e gli impegni verso i differenti Stakeholder.
Inoltre, le diverse Associazioni sono chiamate a recepire il codice Etico e dei valori associativi e
ad adottare comportamenti conseguenti.
Il quadro etico-valoriale rappresentato dal Codice etico e dei valori associativi impone obblighi
e requisiti coerenti ai seguenti attori del sistema:

- Imprenditori associati
- Imprenditori che rivestono incarichi associativi
- Imprenditori che rappresentano il Sistema in organismi esterni
- Dipendenti.

Imprenditori associati

Come componenti fondativi del sistema confederale, gli imprenditori associati devono
comportarsi secondo i più elevati standard etici, in piena coerenza con i valori, i principi e gli
impegni affermati nel Codice etico e dei valori associativi.
Pertanto, con riferimento all’attività d’impresa, si impegnano ad assicurare:

- in tutte le comunità in cui operano, il rispetto delle

leggi, delle norme e delle regole, come
base del patto di convivenza civile
– il proprio contributo allo sviluppo economico, sociale, civile e culturale del Paese, attraverso
processi innovativi volti alla creazione diffusa di valore, alla promozione del bene comune e
alla affermazione di modelli d'eccellenza
– ai propri dipendenti e collaboratori condizioni di lavoro eque, sicure, rispettose della
dignità, delle pari opportunità e prive di qualsiasi forma di discriminazione o di
sfruttamento, in grado di favorirne lo sviluppo umano e professionale
– in ogni contesto, comportamenti improntati all'etica e alla trasparenza, fondati su
responsabilità, integrità, correttezza, lealtà, equità e libero mercato
– che, nei processi di vendor rating, vengano promossi criteri di ordine etico, sociale e
ambientale
– nei rapporti con Enti, Istituzioni, partiti politici, mass media ed altri soggetti pubblici o
privati, correttezza, indipendenza, integrità e rispetto dei reciproci e specifici ambiti di
responsabilità, ruoli e prerogative
– nella gestione ambientale, prassi manageriali avanzate, orientate alla prevenzione, al riciclo
e al recupero delle risorse e ad una consapevole tutela e valorizzazione degli ecosistemi.
Nella vita associativa, gli imprenditori si impegnano ad assicurare:
– una forte e attiva partecipazione, contribuendo al corretto e ordinato svolgimento della vita
e delle attività del sistema, in piena integrità ed autonomia
– di operare nell'esclusivo interesse dell'Associazione, rispettandone le direttive, evitando
comportamenti che possano lederne l'unità e tutelandone il

profilo, la funzionalità e il
decoro. Ciò implica che si debba contribuire al dibattito associativo, garantendo una
efficace risoluzione delle questioni all'interno del sistema confederale
– un comportamento responsabile ed equilibrato, evitando situazioni di conflitto di interesse
e l'assunzione di incarichi, di natura politica o in associazioni esterne, che possano
metterne in pericolo l'indipendenza, la correttezza, l'integrità e l'autonomia di giudizio, a
danno, perciò, del sistema confederale. Inoltre, in una logica di piena trasparenza e
correttezza, si impegnano a comunicare preventivamente alle Associazioni del sistema altre
diverse adesioni ad organizzazioni non concorrenti
– una piena e tempestiva comunicazione di ogni condizione suscettibile di modificare i
rapporti con gli altri imprenditori e/o con l'Associazione, chiedendone il necessario ed
adeguato supporto.
Imprenditori che rivestono incarichi associativi
L'elezione è subordinata alla verifica della piena rispondenza dei candidati ad una rigorosa e
sostanziale aderenza nei comportamenti personali, professionali ed associativi ai valori, ai
principi e agli impegni contenuti nel Codice etico e dei valori associativi.
In questo quadro, laddove si svolga una competizione elettorale, essa diviene primo momento
di riscontro della coerenza dei candidati rispetto ai più elevati standard etici, che caratterizzano
l'intero sistema associativo.
I candidati si impegnano a fornire tutte le informazioni necessarie e richieste dagli organi
competenti e nelle sedi deputate dell'organizzazione di appartenenza.

Oltre a quanto già indicato e previsto in precedenza, gli imprenditori che rivestono incarichi
associativi si impegnano a:
– operare esclusivamente secondo un partecipe spirito di servizio, senza avvalersi della
propria posizione per l'ottenimento di vantaggi diretti o indiretti. Tutte le cariche
associative sono gratuite
– mantenere un comportamento ispirato ad autonomia, integrità, lealtà e responsabilità nei
confronti del sistema, degli associati e delle Istituzioni, evitando di assumere incarichi, di
natura politica o in associazioni esterne, che possano generare conflitti di interesse
– fare un uso riservato e limitato alle prerogative del proprio ruolo associativo, delle
informazioni di cui vengono a conoscenza in virtù delle cariche ricoperte
– trattare gli associati secondo una logica di rispetto, riconoscimento e pari dignità, a
prescindere da dimensioni e settori di appartenenza, puntando a valorizzare peculiarità e
differenze
– mantenere, con le forze politiche, un comportamento ispirato ad autonomia ed
indipendenza, fornendo, laddove opportuno, informazioni funzionali al pieno e corretto
svolgimento dell'attività legislativa ed amministrativa
– coinvolgere gli organi preposti dell'organizzazione di appartenenza e, a seconda delle
diverse istanze considerate, i differenti Stakeholder, mediante meccanismi decisionali e
attuativi partecipati, fondati su ascolto, dialogo, confronto, coinvolgimento e valorizzazione
delle relazioni con i portatori di interessi
– rimettere il proprio mandato, o autosospendersi, in caso di situazioni di incompatibilità o di

azioni lesive per il sistema, nelle differenti articolazioni, e per la sua immagine.

Imprenditori che rappresentano il sistema in organismi esterni

Vengono scelti tra gli associati, seguendo criteri di competenza, indipendenza e piena rispondenza nei comportamenti ai valori, ai principi e agli impegni contenuti nel Codice etico e dei valori associativi, su delibera degli organi competenti, secondo gli statuti.

Le singole Associazioni, di territorio o di settore, informano Confindustria in merito alle loro rappresentanze in Enti esterni.

Oltre a quanto già indicato e previsto in precedenza, gli imprenditori che rappresentano il sistema in organismi esterni si impegnano a:

– svolgere il loro mandato nell'interesse dell'Ente a cui sono stati designati e degli imprenditori associati, nel rispetto delle linee di indirizzo fornite dall'Associazione che rappresentano

– informare l'Associazione, in maniera costante, circa lo svolgimento del mandato

– assumere gli incarichi non con intenti remunerativi e, più in generale, a essere guidati, nelle proprie scelte e azioni, da spirito di servizio, così da non utilizzare in alcun modo la posizione acquisita per l'ottenimento di vantaggi personali, diretti o indiretti

– rimettere il proprio mandato ogni qualvolta si presentino cause di incompatibilità o impossibilità ad assicurare una partecipazione continuativa, o, comunque, su richiesta dell'Associazione

– comunicare tempestivamente e concordare con l'Associazione ogni ulteriore incarico derivante dall'Ente a cui si è stati designati.

Dipendenti

I dipendenti di Confindustria e di tutte le Associazioni del sistema, in qualità di componente operativa e direttiva dell'agire associativo, rivestono un ruolo fondamentale nella realizzazione degli obiettivi e degli impegni del sistema e nella tutela dell'immagine, della reputazione e degli standard etici di Confindustria.

I dipendenti, nello svolgimento delle loro mansioni, a prescindere dalla posizione, dalla natura del rapporto lavorativo o dall'inquadramento contrattuale, si impegnano a:

- comportarsi nel pieno rispetto dei valori e dei principi fondativi di Confindustria e degli impegni con gli Stakeholder affermati nel Codice etico e dei valori associativi
- comportarsi nel pieno rispetto del Codice di comportamento del Modello organizzativo ex D.Lgs. n.231/2001
- tenere nei confronti delle istituzioni, della pubblica amministrazione, delle forze politiche, nonché ogni altro operatore o ente nazionale ed internazionale comportamenti ispirati ad autonomia, correttezza e trasparenza, perseguendo la tutela dell'immagine del sistema e astenendosi da qualsiasi attività in potenziale conflitto di interesse con Confindustria o volta all'ottenimento di vantaggi personali
- improntare i rapporti con i partner economici, i fornitori, i collaboratori nonché con gli altri dipendenti del sistema alla massima trasparenza, meritocrazia e nel rispetto delle leggi e delle norme vigenti
- dare opportuna informazione ai propri superiori e agli organismi di vigilanza in merito a qualsiasi situazione che possa essere in conflitto, anche potenziale, con le disposizioni statutarie e con il Codice etico e dei valori associativi.

Origini

scritto da Confindustria Salerno | Marzo 27, 2014

L’Associazione degli Industriali viene costituita a Salerno nel 1919.

Terminata la Prima Guerra Mondiale, il Sud d’Italia avvertì maggiormente gli effetti della crisi che investì tutta l’Europa. Soprattutto le industrie tessili ed alimentari furono travolte dalla depressione economica.

Bisognava far fronte alla crisi, e così nell’agosto del 1919 nasceva l’Associazione fra gli Industriali di Salerno, che ben presto aderì alla Confederazione Generale dell’Industria Italiana. Alla fine degli anni ’20 i settori alimentare, tessile e dei trasporti registravano un nuovo fervore produttivo. Ma in quello stesso anno si verificò un evento eccezionale nella storia dell’industria italiana: gli operai delle MCM (Manifatture Cotoniere Meridionali) entrarono in sciopero in seguito all’ondata di licenziamenti.

E mentre il Governo presentava un disegno di legge per instaurare un controllo dei lavoratori sulle industrie, l’Associazione degli Industriali di Salerno promuoveva la creazione di una società fra i piccoli industriali e i loro

dipendenti, società che fu denominata “Maestranza Industriale”, il cui statuto fu redatto dall’avvocato Settimio Mobilio.

Ma la Seconda Guerra Mondiale era alle porte. La crisi dei rapporti internazionali vanificò i tentativi di ripresa dell’industria salernitana, che contava 16.769 imprese e 47.772 dipendenti. L’Associazione, in collaborazione con la Camera di Commercio, riuscì ad impiegare nell’industria 8.700 lavoratori.

La fine della guerra coincise con la chiusura di molti stabilimenti industriali. Gli imprenditori salernitani non si rassegnarono, e nel gennaio del 1944, sotto la Presidenza del conte Alessandro Tibaldi, fu ricostituita la Libera Associazione degli Industriali di Salerno.

Chi Siamo

scritto da Confindustria Salerno | Marzo 27, 2014

L’associazione degli industriali della provincia di Salerno.

Fondata nel 1919 e aderente, sin dalle origini, a Confindustria, l’Associazione degli Industriali è la principale organizzazione di rappresentanza delle imprese di piccola, media e grande dimensione della provincia di Salerno.

Confindustria Salerno

- rappresenta e tutela le imprese associate, nei rapporti con le Istituzione ed Amministrazioni, con le Organizzazioni Sindacali, economiche, politiche e sociali, e con ogni altra componente della società;

- supporta le aziende attraverso informazioni e assistenza specialistica;

- promuove progetti per lo sviluppo dell'attività imprenditoriale;

- favorisce la collaborazione tra i propri associati e tra questi ed altre imprese anche di altri territori;

- contribuisce all'elaborazione e promozione di programmi per la crescita dell'economia;

- sostiene l'affermazione della cultura d'impresa e del lavoro.

Il Sistema Qualità di Confindustria Salerno per le attività di progettazione ed erogazione agli associati di servizi di assistenza ed informazione in materia di gestione e sviluppo aziendale è Certificato secondo la norma ISO 9001:2008

