

Codice Etico

Articolo 1 - Ambito di applicazione

Il **Codice Etico** identifica i **valori-guida** di **Fazzini Holzmilller & Partners (FHP)**. Esso definisce il profilo etico-sociale che deve orientare l'operato di ogni partecipante al funzionamento dello studio, sia nei confronti della clientela e dei terzi, che nell'ambito interno. I destinatari delle disposizioni in esso contenute (di seguito richiamati unitariamente come "Destinatari") sono tutti i **soci**, i **dipendenti** e i **collaboratori** di FHP.

Articolo 2 - Responsabilità

Il Codice Etico è basato anche su norme non giuridiche, ed è rivolto alla sensibilità morale e professionale delle singole persone. Tutti i partecipanti al funzionamento di FHP hanno la responsabilità morale del **rispetto**, dell'**applicazione** e della **diffusione** dei valori espressi dal presente Codice Etico, con riferimento alle funzioni loro attribuite.

Articolo 3 - Valori-guida di FHP

I valori-guida di FHP, ai quali deve essere ispirata l'operatività quotidiana di tutti i componenti dell'organizzazione, sono i seguenti:

- **soddisfazione del cliente**, intesa come fornitura di prodotti e servizi che abbiano la massima rispondenza alle necessità, allo status, alla cultura e alle aspettative delle controparti di FHP;
- **personalizzazione del servizio**, intesa come coinvolgimento personale nella ricerca del massimo valore aggiunto da attribuire a tutte le relazioni commerciali;
- **rispetto delle disposizioni comportamentali interne ed esterne**, intese come ricerca continua di modalità operative coerenti con l'organizzazione di FHP e con le disposizioni di legge, sia primarie che secondarie;
- **correttezza di comportamento**, intesa come riconducibilità dei comportamenti agli standard qualitativi descritti di seguito nel presente Codice Etico, sia con riguardo ai rapporti con clientela e con terzi, sia all'interno di FHP;
- **giusta remunerazione del capitale di rischio di FHP e dei singoli partecipanti**, intesa come ricerca continua di una redditività adeguata, equa e coerente alla complessità ed alla rischiosità complessiva delle attività svolte, nonché alla qualità del servizio professionale offerto;
- **priorità all'investimento a supporto dell'attività in essere e miglioramento costante del singolo**, sotto l'aspetto culturale e professionale, finalizzato al continuo miglioramento dello standing qualitativo di FHP.

I valori-guida hanno valenza paritetica e devono essere percepiti dalla clientela e dai terzi **come i fattori che contraddistinguono l'operatività dello Studio Associato nei confronti dei professionisti e Studi Professionali concorrenti**.

MILANO

Via Vittor Pisani 28 | 20124 Milano
T +39 02 6739771 | F +39 02 67397799

FIRENZE

Via G. Garibaldi 15 | 50123 Firenze
T +39 055 2398430 | F +39 055 264355

Articolo 4 - Doveri di diligenza

I Destinatari del Codice Etico agiscono ed operano con cura assidua e scrupolosa, nel rispetto delle regole e della funzione loro attribuita, orientando la propria condotta al conseguimento degli obiettivi e della strategia di FHP. In particolare, nell'ambito dei doveri di diligenza, ogni Destinatario si impegna ad onorare le seguenti aspettative:

- **puntualità:** ogni Destinatario, per quanto di propria competenza, deve onorare i propri impegni lavorativi secondo le tempistiche previamente stabilite e/o nei tempi richiesti dalle scadenze di legge o di prassi, evitando al contempo di tralasciare, anche provvisoriamente, lavori apparentemente meno urgenti o senza scadenze particolari, ma comunque utili a FHP e/o ai clienti;
- **completezza:** ogni Destinatario, per quanto di propria competenza, deve onorare i propri impegni presentando nei tempi stabiliti lavori completi, predisposti con scrupolo ed attenzione e previamente controllati;
- **consapevolezza:** ogni Destinatario, per quanto di propria competenza, deve affrontare ogni lavoro con senso critico e con piena consapevolezza e conoscenza di quello che sta facendo;
- **efficacia/efficienza:** ogni Destinatario, per quanto di propria competenza, deve affrontare ogni lavoro con la massima efficacia/efficienza possibile, ottimizzando il tempo impiegato e razionalizzando al meglio il proprio apporto lavorativo.

Articolo 5 - Doveri di aggiornamento professionale e di "sharing knowledge"

La qualità delle risorse umane costituisce un patrimonio di importanza fondamentale per la vita e lo sviluppo di FHP. I Destinatari del presente Codice Etico curano il costante aggiornamento del livello delle proprie conoscenze acquisite. In particolare, **i soci ed i collaboratori di FHP hanno il dovere di tenersi aggiornati**, anche autonomamente, sulle novità fiscali, societarie, aziendali che interessano le attività. Ogni Destinatario si impegna altresì a segnalare agli altri Destinatari le novità che ritiene degne di interesse e/o utili all'adeguamento della loro opportuna competenza. FHP si impegna peraltro a supportare Associati e Collaboratori attraverso il sostenimento di costi per banche dati, riviste specializzate e libri ove ritenuti utili allo scopo. Al fine di agevolare lo scambio di informazioni ed il reciproco accrescimento conoscitivo, i soci si impegnano ad organizzare meeting interni tra i Destinatari, con cadenza periodica.

Articolo 6 - Doveri di onestà

Tutti i partecipanti al funzionamento di FHP operano con giustizia e rettitudine morale e si astengono da porre in essere situazioni dalle quali possano trarre utilità, vantaggi o convenienze personali.

Ai Destinatari del Codice Etico è fatto divieto di:

- accettare, direttamente o indirettamente, doni o altre utilità da soggetti in qualsiasi modo interessati all'attività di FHP;
- promettere o versare a terzi somme di denaro, beni in natura, o utilità di qualsiasi entità o valore, per promuovere o favorire interessi di FHP o di clienti attuali e/o potenziali nonché di società di loro riferimento, di quelle ad esse collegate, da esse controllate o da cui siano controllate. Fanno eccezione a quanto sopra disposto i piccoli regali o cortesie di uso commerciale di modesto valore (omaggi per réclame o per festività, inviti a convegni, riunioni conviviali, ecc.).

Articolo 7 - Doveri di trasparenza

Nello svolgimento dei rapporti con la clientela deve essere dedicata una giusta attenzione all'illustrazione degli aspetti economici, della loro rilevanza, della struttura tecnica, delle conseguenze e degli eventuali rischi, fornendo in ogni caso al cliente - consenziente a riceverlo - un corredo informativo idoneo all'assunzione delle decisioni. Le comunicazioni scritte, sia periodiche sia occasionali, devono essere chiare, complete e agevolmente comprensibili. Le richieste di informazioni e chiarimenti da parte della clientela, sia scritte che orali, devono essere trattate con competenza, chiarezza e tempestività.

Nei rapporti con le Autorità di categoria, con la Magistratura, con l'Agenzia delle Entrate, con la Guardia di Finanza e con gli altri enti supervisor, le informazioni obbligatorie devono essere fornite con tempestività e completezza, cercando di aderire alle richieste nel modo più completo e significativo possibile.

Articolo 8 - Doveri di riservatezza

I componenti dell'organizzazione di FHP sono tenuti alla più assoluta riservatezza su tutti i fatti e documenti dei quali vengano a conoscenza nello svolgimento del proprio lavoro, con riferimento sia alla clientela sia a FHP e ai loro rapporti con terzi. Oltre agli ambiti stabiliti dalla legge, il segreto di ufficio comprende l'organizzazione interna di FHP, la normativa interna, i progetti, le idee e i dibattiti, anche con riferimento a fatti e situazioni non più attuali.

Articolo 9 - Doveri di correttezza commerciale

Nello svolgimento dell'attività professionale, gli Associati, i dipendenti e i collaboratori, devono evitare di indirizzare le scelte della clientela verso soluzioni non adeguate alla cultura, allo standard qualitativo, alle necessità obiettive della clientela nel rispetto della Legge. L'attività deve essere mirata al soddisfacimento del cliente, evitando di impegnarsi in consulenze e servizi senza la ragionevole certezza di poter operare con uno standard qualitativo adeguato alle aspettative e allo standard della clientela.

Articolo 10 - Doveri di disponibilità e proattività

Al fine di ottimizzare l'efficienza interna del servizio professionale offerto ai clienti, ogni Destinatario del presente Codice deve altresì dare massima disponibilità a FHP e agli altri Destinatari, sia in termini di tempo che di carico lavorativo (se necessario, soprattutto nel periodo di scadenze fiscali, anche oltre i consueti orari lavorativi), ognuno in relazione al proprio inquadramento all'interno della struttura.

Ogni Destinatario deve altresì rendersi proattivo, ognuno per quanto di propria competenza, intendendo per proattività:

- la capacità di dare il proprio contributo, laddove necessario o quantomeno opportuno, agli altri Destinatari in ordine ai lavori a carico di questi ultimi;
- la capacità di intuire le esigenze del cliente e prospettare possibili soluzioni, anche prima che il cliente stesso le sottoponga a FHP;
- la capacità di dare riscontro tempestivo sia agli altri Destinatari che ai clienti e la capacità di lavorare, a seconda delle esigenze, autonomamente o in team.

Articolo 11 - Comportamento nella vita sociale

In ogni circostanza della vita associativa di FHP, e anche fuori dall'orario e dai luoghi di lavoro, ivi compresi i social networks, tutti i componenti dell'organizzazione devono tenere un comportamento che porti onore alla propria professione, con profonda consapevolezza della sua utilità sociale. Nell'ambito degli orari e dei luoghi di lavoro il comportamento deve essere ispirato a correttezza verso i colleghi, rispetto e spirito di collaborazione. Nei rapporti privati è assolutamente vietato ogni abuso della posizione ricoperta che possa portare indebiti vantaggi per sé o per altri.

Articolo 12 - Dovere di imparzialità

Le eventuali divergenze che dovessero sorgere all'interno di FHP, sia dovute a problematiche di natura personale, sia inerenti a situazioni tra uffici e funzioni diverse, devono essere immediatamente rappresentate con serenità e oggettività alla funzione gerarchicamente superiore, che risolverà la controversia tenendo conto della natura propria del problema, al fine del migliore svolgimento dell'operatività, e nell'interesse dell'organizzazione.

Articolo 13 - Uso dei beni aziendali

L'uso dei beni aziendali è strettamente funzionale allo svolgimento delle attività di FHP. Tutti i partecipanti all'organizzazione utilizzano i beni e le attrezzature aziendali con cura e diligenza, evitando comportamenti che possano arrecare danno, comprometterne il funzionamento o risultare diseconomici per FHP. È fatto divieto assoluto di usare qualsiasi tipo di beni di FHP per fini propri personali (salvi i casi eccezionali e quelli previamente autorizzati) ed è assolutamente inibito l'asporto (non previamente autorizzato dalla funzione gerarchicamente superiore) di documenti di qualsiasi tipo, nonché il loro utilizzo per fini propri o di terzi.

Articolo 14 - Violazione delle disposizioni del Codice Etico

La violazione delle disposizioni contenute nel Codice Etico può far venir meno il rapporto fiduciario tra chi ha compiuto la violazione e gli altri Destinatari (e, nei casi più gravi, tra FHP e i clienti). Pertanto, nei casi ritenuti particolarmente gravi, e tenuto conto delle circostanze, la violazione delle norme contenute nel presente Codice Etico può comportare le correlate conseguenze previste dai patti sociali e dai contratti in essere, nonché dalla espressa critica (e, nei casi più gravi, censura) della maggioranza degli altri associati fra i quali quelli "fondatori".

Articolo 15 - Modificazioni e integrazioni

Le modificazioni e le integrazioni del presente Codice Etico avranno efficacia solo se sottoscritte dalla maggioranza degli Associati - comprensiva dei soci fondatori - esistenti al momento di dette modificazioni/integrazioni.