

CODICE ETICO

INDICE

1. Vision di aBP
2. Obiettivi del nostro codice etico
3. Destinatari del codice
4. Impegni della società
5. Modalità di costruzione
6. Portatori di interessi
7. Valori
8. Comportamenti
9. Verifica periodica

1. VISION DI aBP

Il perseguimento di un beneficio comune è insito nel nostro DNA. Lo dice il nostro nome, vorremmo potere dare il nostro contributo affinché il mondo diventi un posto migliore.

Per generare impatti positivi sulla società riteniamo che occorra mettere le singole persone al centro e comprendere che tutto dipende dalle decisioni prese da ciascuno momento per momento, individualmente e come parte di una collettività. Solo conoscendo come funziona il processo decisionale e come vengono compiute le scelte si può agire con efficacia per sostenere decisioni migliori. Il contesto fisico, verbale e sociale in cui l'individuo sceglie, insieme ai fattori umani che caratterizzano ciascuno di noi, determinano infatti le scelte finali e di conseguenza i comportamenti.

Il nostro obiettivo è quindi quello di affiancare organizzazioni ed istituzioni nel comprendere come funzioni il processo decisionale delle persone e come potere accompagnare i buoni comportamenti.

Nel perseguire la nostra attività, sentiamo di doverci dotare di un documento che riassume come riteniamo giusto lavorare con tutti gli stakeholders con cui vendiamo a contatto: da qui nasce il nostro Codice Etico.

2. OBIETTIVI DEL NOSTRO CODICE ETICO

Marco obiettivo:

La dotazione del Codice Etico ha il duplice scopo di comunicare all'esterno gli obiettivi e i principi della società ed essere, al tempo stesso, una guida interna per tutti coloro che, a vario titolo, entrano in relazione con le attività di aBetterPlace. L'approccio adottato mira alla creazione di valori e principi condivisi che rappresentino il terreno sul quale pianificare, sviluppare ed integrare la Responsabilità Sociale di aBetterPlace, nonché un fondamentale strumento di governance delle attività lavorative quotidiane.

L'adesione al Codice Etico rappresenta, di conseguenza, un requisito fondamentale per lavorare in aBetterPlace poiché garantisce la coesione interna del team e l'unitarietà di immagine della società

Obiettivi interni alla società:

Proporre modalità di comportamento che aiutino a orientare la condotta di tutti noi in quelle aree dell'agire quotidiano in cui possono manifestarsi potenziali conflitti tra morali individuali e logiche d'impresa. Favorire il miglioramento delle relazioni interne

Obiettivi rivolti all'esterno della società:

Favorire la formazione di un'immagine esterna unitaria e chiara attraverso la formazione di un sentire e di un vissuto comune tra tutte le persone dell'azienda. Favorire la reputazione di aBP attraverso la costruzione di un clima di fiducia attorno al nostro modo di agire che sia in grado di «parlare» a tutti i portatori di interesse

3. DESTINATARI DEL CODICE

I destinatari del Codice sono tutti coloro che a vario titolo e con differenti responsabilità costituiscono l'organizzazione e/o ne realizzano direttamente e indirettamente gli scopi

4. IMPEGNI DELLA SOCIETÀ

aBetterPlace intende svolgere la propria attività nel pieno rispetto dei valori su cui tale Codice si basa. In particolare ci impegniamo a:

- Adottare tutte le misure necessarie per promuovere e diffondere i valori ed i principi del presente Codice sia all'interno della nostra struttura organizzativa che nei confronti dei Destinatari;
- Svolgere attività di controllo, vigilanza prudenziale e preventiva affinché il Codice sia rispettato nella sua interezza.
- Aggiornare in modo costante il presente Codice al fine di recepire eventuali cambiamenti. Inoltre, ci impegniamo a comunicare in modo tempestivo tali eventuali variazioni sia all'interno della struttura organizzativa che a tutti i Destinatari.

5. MODALITÀ DI COSTRUZIONE

Il Codice Etico è stato co-progettato insieme a tutta la squadra in modo da arrivare ad individuare una serie di regole sociali e morali redatte in maniera partecipata da tutti e alle quali tutti sentano di volere attenersi e si impegnino concretamente nel farlo.

Nel percorso di co-creazione abbiamo utilizzato i nostri strumenti di analisi del comportamento perché un codice etico altro non è che un codice di comportamento.

Abbiamo quindi seguito un percorso per fasi successive:

- Abbiamo chiarito gli obiettivi del nostro codice etico
- Abbiamo individuato tutti i portatori di interessi con cui veniamo in contatto, interni ed esteri alla società
- Abbiamo individuato i valori per noi rilevanti
- Abbiamo tradotto i valori in comportamenti. Quali comportamenti dobbiamo mettere in atto per assicurare che i valori vengano rispettati quando agiamo verso tutti i portatori di interessi
- Abbiamo definito dei momenti di verifica periodica durante l'anno per monitorare la nostra capacità di mettere in atto i comportamenti desiderati
- Abbiamo identificato nel nostro modello di analisi, il Behavioral Insight Canvas, lo strumento da utilizzare per identificare eventuali difficoltà nella messa in pratica dei comportamenti desiderati e per identificare le tecniche di Architettura delle Scelte per risolverli.

6. PORTATORI DI INTERESSI

Consideriamo portatori di interesse tutti i soggetti con cui entriamo in relazione nello svolgimento delle nostre attività. Nello specifico:

Collaboratori: sono coloro che, al di là della qualificazione giuridica del rapporto, intrattengono con aBetterPlace una relazione di lavoro finalizzata al raggiungimento degli scopi dell'impresa. Rientrano in questa categoria tutti i collaboratori a progetto, i tirocinanti e gli stagisti;

Soci: sono i proprietari dell'azienda, coloro che detengono una quota di aBetterPlace;

Clienti: sono le organizzazioni pubbliche e private che, nei diversi mercati di riferimento dell'attività di aBetterPlace, fruiscono dei servizi dell'azienda;

Partner: sono professionisti, realtà profit o non profit, università con cui aBetterPlace decide di instaurare una relazione con il fine di promuovere congiuntamente le rispettive attività;

Fornitori: sono tutti quei soggetti (persone fisiche e/o giuridiche) che, a vario titolo, scambiano con aBetterPlace beni, servizi, prestazioni e risorse necessari alla realizzazione della sua attività caratteristica;

Istituzioni: sono i soggetti pubblici con cui aBetterPlace si relaziona, al di là del rapporto consulenziale che l'azienda intrattiene con essi;

Sponsor: enti ed organizzazioni che sostengono a vario titolo iniziative di aBetterPlace;

Comunità scientifica: comprende ricercatori che sviluppano e verificano le conoscenze e le tecniche su cui aBetterPlace costruisce le proprie attività;

Territorio: comprende il contesto fisico (ambiente) in cui aBetterPlace è chiamata ad operare, tanto a livello locale che nazionale;

Società: destinatari diretti ed indiretti degli interventi realizzati da aBetterPlace (cittadini, dipendenti, studenti,), con un particolare riguardo a chi vuole approfondire i temi oggetto dell'attività di aBetterPlace.

7. VALORI

Sono i principi di riferimento che fanno da sfondo all'attività quotidiana di aBetterPlace, nei quali ci riconosciamo e sui quali formuliamo linee di condotta per raggiungere i nostri obiettivi strategici:

Orientamento alla persona: aBP ha un approccio orientato alla persona, sia internamente che esternamente. Tutto ciò che facciamo è finalizzato a promuovere il benessere delle persone (anche di noi come team!) e dalla società che ruota attorno.

Valorizzazione: aBP vuole dare a tutti i membri del team l'opportunità di poter esprimere le proprie conoscenze, capacità e opinioni all'interno di ogni progetto o dinamica di lavoro, indipendentemente dal proprio ruolo, al fine di garantire la crescita e il supporto reciproco.

Promozione della felicità all'interno del team aBP: riteniamo prioritario fare in modo che ciascuno sia soddisfatto/a, abbia un buon work life balance, abbia opportunità di crescita, senta di essere in un ambiente empatico, abbia soddisfazioni economiche e si senta valorizzato nella propria unicità.

Engagement: aBP mira ad offrire un ambiente di lavoro stimolante volto a promuovere l'attiva partecipazione e l'esplorazione di nuove aree di applicazione della Behavioral Economics

Miglioramento continuo: tutto il team è accomunato dal desiderio e dall'impegno nell'integrare nuove conoscenze e competenze e nello sviluppare nuovi modelli e capacità.

Scientificità, Competenze e Qualità: il possesso delle competenze necessarie allo svolgimento delle attività va di pari passo con uno standard qualitativo elevato. Vogliamo garantire a tutti coloro che si rivolgono a noi risultati che apportino un valore riconosciuto, duraturo e scientificamente fondato

Sostenibilità ambientale: in aBP sentiamo la responsabilità di ridurre il nostro impatto ambientale prediligendo comportamenti, quali ad esempio gli spostamenti, che abbiano il minor impatto o non abbiano alcuna conseguenza sull'ambiente.

Diversità: nella nostra attività quotidiana e nella selezione di collaboratori e fornitori ci impegniamo a rispettare e apprezzare le differenze di età, genere, etnia, istruzione, capacità fisiche, razza e religione tra gli individui, superando i bias che sono insiti nella natura umana.

Essere Benefit: aBetterPlace è una Società Benefit e ha scelto di generare, nell'ambito delle sue attività, taluni benefici comuni da riversare sulla comunità. Il principale è quello di aiutare imprese, organizzazioni, professionisti e cittadini a comportarsi in modo da promuovere il benessere per se stessi e per la comunità. Ritiene che, per raggiungere questo obiettivo, sia importante aiutare le persone a prendere decisioni migliori, in linea con i propri valori, comprendendo e non giudicando i limiti umani che portano spesso ad agire in maniera disfunzionale al raggiungimento degli obiettivi

Responsabilità La responsabilità è la base del nostro agire professionale e sociale. Crediamo sia espressione della consapevolezza di essere parte di un ecosistema, in cui le azioni di ognuno generano un impatto. E noi, con le nostre scelte etiche, facciamo in modo che l'impatto sia positivo

Onestà, Coerenza e Trasparenza: coerenza dell'azione professionale chiarezza delle regole e trasparenza nell'applicarle sono le linee guida dell'agire di aBetterPlace e del suo comunicarsi all'esterno.

8. LE NORME DI COMPORTAMENTO

Sono le indicazioni emergenti dalle responsabilità che, alla luce dei principi sui quali fondiamo la nostra attività, ci assumiamo nei confronti dei nostri portatori di interesse.

Collaboratori

Ci impegniamo a:

- Garantire una chiara e condivisa definizione del ruolo per cui si viene assunti o si collabora con aBetterPlace;
- Garantire formazione a tutti i membri del team e ad investire nello sviluppo delle competenze in modo coerente con il percorso di crescita individuale e gli obiettivi di crescita aziendali;
- Organizzare incontri strutturati di gruppo o individuali per abilitare l'ascolto, il confronto e la raccolta di feedback e di idee;
- Utilizzare strumenti di collaborazione pensati per abilitare i rapporti interpersonali e il lavoro in team sia dal vivo che da remoto, sia in modalità sincrona che asincrona;
- Coinvolgere in fase di proposta di progetto le persone che dovranno svolgerlo, per abilitare contributi, valutazioni, opportunità e stime;
- Dare accesso alle informazioni sui budget di progetto (tempi, milestones, costi e spese), per rendere il team di progetto più autonomo possibile durante la sua esecuzione;
- Assicurare un ambiente di lavoro in cui i rapporti tra colleghi siano improntati alla lealtà, correttezza, collaborazione, rispetto reciproco e fiducia nel quale ciascuno possa esprimere le proprie potenzialità, libero da ogni condizionamento o da qualsiasi forma di intimidazione.
- Utilizzare un linguaggio inclusivo, rispettoso dell'identità e della sensibilità di ognuno
- Condividere periodicamente scelte strategiche, obiettivi e risultati aziendali
- Intervenire qualora si creassero situazioni lesive della dignità di qualcuna delle nostre persone
- Capitalizzare il valore di ogni progetto svolto, analizzando cosa abbia funzionato e cosa possa essere migliorato
- Supportare comportamenti sostenibili dal punto di vista ambientale
- Fornire un Manuale Operativo in cui siano chiariti tutti i ruoli e i processi adottati all'interno di aBetterPlace

Clienti

Ci impegniamo a:

- Garantire un rapporto con i clienti improntato a principi di massima correttezza e lealtà, sottoscrivendo incarichi solo se si è sicuri che i Collaboratori possano seguirli e portarli a termine con scienza, coscienza, diligenza, scrupolo ed attenzione, avendo costantemente cura di tutelare sempre e comunque l'interesse del Cliente;
- Fornire ai clienti informazioni accurate, complete, chiare e veritiere circa i prodotti o servizi offerti, tali da permettere alla controparte una scelta consapevole;
- Comprendere a fondo le esigenze specifiche del cliente in modo tale da essere sicuri che i servizi offerti da aBetterPlace siano realmente in grado di rispondere ai bisogni espressi
- Indicare sempre nei contratti i servizi inclusi, quelli esclusi ed eventualmente i servizi da conteggiare a parte; le modalità e i tempi di esecuzione dei servizi; i prezzi, le modalità e i termini di pagamento dei medesimi; le condizioni di risoluzione dell'accordo.

Partner e Fornitori

Ci impegniamo a:

- Scegliere Fornitori e Partner che uniformino la propria condotta a quanto previsto nel nostro Codice Etico.
- Cercare di instaurare con Fornitori e Partner una relazione il più possibile duratura e volta alla creazione di valore

Territorio e società

Ci impegniamo a:

- Mettere in atto una serie di iniziative finalizzate a ridurre l'impatto ambientale diretto derivante dalle nostre attività (es: riduzione dell'uso della carta, degli spostamenti superflui, etc.);
- Promuovere un'attività di sensibilizzazione per stimolare l'uso di pratiche rispettose dell'ambiente (es: raccolta differenziata);
- Promuovere la narrazione come un veicolo di una cultura più sostenibile, inclusiva e attenta all'accoglienza di differenti punti di vista;
- Realizzare ogni anno un progetto di comunicazione pro bono per supportare le attività di un'associazione con fini sociali o culturali.

Istituzioni

Ci impegniamo a:

- Agire verso le istituzioni con integrità e lealtà, nel rispetto delle leggi e delle norme, codificate
- Identificare insieme alle istituzioni i comportamenti da promuovere per garantire l'incremento del benessere collettivo

Comunità scientifica

Ci impegniamo a:

- Garantire rigore scientifico in tutta la nostra offerta
- Rimanere aggiornati sui nuovi sviluppi della ricerca sperimentale e applicata sulle scienze del comportamento
- Proporre modelli di studio ed interventi nuovi

9. VERIFICA PERIODICA

Ci impegniamo ad organizzare ogni 6 mesi un momento di allineamento con tutto il team per confrontarci sul nostro operato e verificare se siamo riusciti ad agire in linea con tutti i valori che abbiamo condiviso.

Durante questo incontro analizzeremo i nostri comportamenti verso tutti i portatori di interesse e, qualora emergessero delle criticità, organizzeremo degli incontri ad hoc per comprendere insieme quali siano state le barriere che ci hanno impedito di lavorare in linea con i nostri valori.

Resta inteso che, al di là dell'incontro strutturato organizzato allo scopo, ogni membro del team può rivolgersi in ogni momento ai Soci per segnalare comportamenti che non ritiene in linea con quanto delineato nel presente documento. Qualora si ravvisi la necessità di agire urgentemente sul tema, verranno prese le adeguate contromisure per arrivare una veloce e rapida soluzione.