

## **Manifesto sui modelli comportamentali nel mercato delle Arti Grafiche**

E' nostra convinzione che il buon funzionamento dell'economia di mercato si basi anche su comportamenti etici da parte dei suoi operatori che devono essere per forza di cose condivisi.

Questo significa, segnatamente, che il rispetto e l'applicazione puntuale delle intese commerciali e degli impegni liberamente assunti siano valori da interiorizzare quali norme discendenti da un comune e condiviso sistema di valori, a prescindere dal timore di essere sanzionati dalla Legge.

Tutti sappiamo che l'attuale scenario di mercato, caratterizzato da una pesante instabilità, vede le Imprese in forte crisi ed è proprio in questo delicato momento che spesso, nell'ambito dei rapporti commerciali, si assiste alla perdita dei valori etici nelle relazioni d'impresa, che invece è fondamentale recuperare.

Per ARG I e per le Imprese Associate, l'etica nelle relazioni associative e con i terzi non è valutabile solo in termini di stretta osservanza delle norme di legge, ma si fonda, appunto, sulla convinta volontà di rispettare, nelle varie e diverse situazioni, i più elevati standard di correttezza comportamentale, anche in adesione a principi e regole interne di natura volontaristica.

Pertanto, nel rispetto delle normative vigenti e nel perseguimento degli scopi associativi, tutte le Imprese Associate agiranno, anche tra loro, con lealtà, serietà, onestà, competenza e trasparenza, in quanto l'elevata etica professionale e l'integrità personale vogliono e devono essere garanzia della credibilità e della reputazione dell'Associazione e delle Imprese Associate.

Per questi motivi, le Imprese Associate intendono iniziare e condividere un percorso volto a valorizzare e rafforzare le aziende del settore Arti Grafiche, anche non associate, che operino secondo criteri consoni ad una corretta crescita del settore e alla tutela dell'intera filiera.

Le Imprese firmatarie del presente documento manifestano dunque il loro serio e concreto intendimento di mettere in atto alcune buone pratiche, che consentano di dare valore al proprio lavoro e a quello dei propri clienti, frutto della consapevole condivisione di un pensiero etico di professionalità che possa essere di stimolo alla crescita, e non solo economica, del settore.

In particolare, le Imprese firmatarie manifestano reciproco assenso e accettazione nel considerare quali BUONE E VIRTUOSE PRATICHE DI IMPRESA i seguenti comportamenti:

- l'adozione di un proprio sistema di linee guida comportamentali etiche (di derivazione puramente spontanea e non normativa) che improntino le proprie relazioni sia verso l'interno (i dipendenti ed i collaboratori), che verso l'esterno (inteso sia come le controparti contrattuali, siano esse private che pubbliche, che come la generalità del pubblico) ai generali principi di correttezza, imparzialità, trasparenza, concorrenza leale e buona fede.
- evitare il ricorso alla "leva del credito alle imprese clienti" come strumento prevalente di trattativa commerciale;
- procedere con adozione di clausole contrattuali che portino ad una progressiva applicazione delle disposizioni di cui al D. Lgs. 192/2012 (norma di recepimento della Direttiva 2011/7/EU) e al D. Lgs. 231/2002 sulla lotta contro i ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali;
- il progressivo e costante monitoraggio del mercato, anche mediante la costruzione di una banca dati condivisa che consenta lo scambio, tra le aziende associate, di informazioni, rilevate in forma anonima ed aggregata, relativa alla capacità delle imprese clienti di ottemperare puntualmente ai propri impegni di pagamento. Ciò consentirebbe altresì alle imprese associate di privilegiare le relazioni commerciali con soggetti che adottino comportamenti improntati alla correttezza e alla buona fede commerciale, così da favorire una sana e legittima competizione tra aziende;
- più in generale, l'instaurazione ed il mantenimento di rapporti fondati sulla correttezza con clienti e fornitori, privilegiando, tra essi, quelli che a siffatti criteri aderiscono;
- la collaborazione con l'Associazione per sostenere le aziende che condividono i principi di questo Manifesto e la sua promozione nei modi che verranno di volta in volta stabiliti;
- la collaborazione con il sistema creditizio, affinché sia favorito un più agevole accesso ai finanziamenti bancari per le Aziende "virtuose";
- ricorrere a procedure concorsuali diverse dal fallimento (quali il concordato preventivo e gli accordi di ristrutturazione dei debiti), evitando strumentalizzazioni ed abusi a discapito dell'etica commerciale;
- favorire, anche per il tramite dell'Associazione, il costante aggiornamento e la conoscenza delle tematiche giuridiche ritenute di interesse comune, in modo da operare decisioni e scelte d'impresa relative ai rapporti con i competitor ed i clienti in modo più efficace e consapevole.

#### Le aziende associate Argi

Agfa Graphics; Atlantic Zeiser; Bobst Group Italia; Boettcher Italiana; Boewe Systec; Canon Italia; Colorgraf; Dc Druckchemie Italia; Fujifilm Italia; Hewlett-Packard; Huber Italia; Imaf Industria Materiali Fotochimici; Ipagsa Industrial; Kba Italia; Kern Italia; Kodak; Kolor+ Service; Komori Italia; Konica Minolta Business Solutions Italia; Macchingraf; manroland; marks-3zet; Ntg Digital; Pitney Bowes; Printgraph; R.G.; Ricoh Italia; Smg; Technotrans Italia; Tresu Italia; WGM; Xeikon Italia; Xerox Italia.