



The Good in Town **CODICE ETICO**

Ci presentiamo

Siamo una Società Benefit che promuove l'impegno sociale, la comunicazione positiva e l'innovazione come leva di cambiamento e trasformazione.

Come lo facciamo? Facciamo *story doing* – realizziamo con le aziende progetti innovativi di sostenibilità, che hanno un impatto sociale o ambientale positivo, collaborando con l'ecosistema del benefit, delle imprese e dell'innovazione tecnologica – e *story telling* – valorizziamo l'impegno delle PMI e delle Corporation in attività ad impatto positivo per uno sviluppo sostenibile, aiutiamo le società benefit e B Corp a diffondere il loro modo nuovo di fare impresa. Siamo anche editori del magazine online *The Good in Town - Fatti e persone che cambiano il mondo*, il nostro strumento per fare divulgazione sui temi 'benefit' e per fare informazione inclusiva, positiva, cercando di rendere chiari anche i temi più complessi.

La nostra missione

Vogliamo contribuire alla generazione di consapevolezza e ispirare azioni rivolte allo sviluppo sostenibile e alla responsabilità sociale, valorizzando con la comunicazione e con progetti concreti il positivo che porta al beneficio comune.

La nostra visione

Rendere il bene comune parte integrante della vita di tutti, grazie alla collaborazione e al supporto dell'innovazione e della tecnologia, facendo emergere la capacità delle persone di agire positivo e la loro unicità come motore del cambiamento positivo.

Per noi l'etica è... rispetto, il rispetto per le persone e per l'ambiente, per la loro unicità e diversità nell'esprimersi.

Intendiamo il Codice Etico, infatti, quale strumento indispensabile posto a tutela del loro rispetto e quale guida pratica che orienti le nostre scelte e i nostri comportamenti ogni qualvolta si presenti una situazione potenzialmente critica o conflittuale.

Crediamo che la redazione e la diffusione del Codice Etico possa aiutarci a creare un terreno valoriale condiviso sul quale coltivare relazioni autentiche e profonde con tutti i nostri stakeholder.

Destinatari del codice etico

I destinatari del Codice sono tutti coloro che a vario titolo costituiscono e collaborano con l'organizzazione nonché tutti gli stakeholder di The Good in Town.

I Valori in cui crediamo

Le 4 I - *informazione, innovazione, inclusione, ispirazione* - sono i tasselli essenziali del nostro modello "benefit pop". Sono tutti elementi autonomi ma che, integrandosi a vicenda, costituiscono un sistema unico finalizzato a stimolare, attivare, accrescere il senso di *responsabilità*.





Informazione

“Esiste un solo bene, la conoscenza, ed un solo male, l'ignoranza” – Socrate

Informazioni corrette e positive, nell'era di internet e dei social media, sono ormai un bene raro e prezioso.

Crediamo che la loro accessibilità sia un diritto fondamentale di tutti.

Per questo, informiamo in modo chiaro, corretto ed inclusivo per accorciare le distanze tra business e consumatore e tra i diversi contesti socio-culturali.

Crediamo che raccontare fatti e persone che innovano il mondo, rendendolo più etico e sostenibile, possa ispirare le persone, stimolarne l'empatia, risvegliarne le risorse interiori e attivarle al servizio del bene comune.

Crediamo che l'informazione sia motore di pensiero e azione positivi.

Innovazione

“Se c'è un modo di fare meglio, trovalo!” - Thomas Edison

Crediamo nel coraggio del cambiamento, nella forza generativa e rigenerativa della tecnologia al servizio dello sviluppo sostenibile.

Aiutiamo le aziende a integrare strumenti innovativi e digitali che semplificano la realizzazione di progetti ad impatto positivo internamente o esternamente all'azienda.

Sosteniamo la progettazione di piattaforme e prodotti che democratizzano l'accesso al digitale.



Inclusione

“La nostra capacità di raggiungere l’unità nella diversità sarà allo stesso tempo la bellezza e il banco di prova della nostra civiltà” – Mahatma Gandhi

Crediamo nella ricchezza della diversità.

Crediamo che dare voce alla diversità offra una lettura e una visione originali del mondo e dia impulso a idee e soluzioni creative.

Crediamo che parlare di temi “sottorappresentati” possa accrescere la coscienza e l’empatia sociale e che la partecipazione attiva e completa di tutti favorisca il raggiungimento del bene comune, in modo più efficace ed efficiente.

E poiché desideriamo che la nostra comunicazione positiva arrivi a tutti, ci impegniamo a implementare tecnologie che rendano i nostri articoli accessibili e facili da consultare a tutti, per un’esperienza realmente inclusiva.

Ispirazione

“Chi conosce il bene, il bene lo fa” - Socrate

Crediamo che raccontare il bene stimoli le persone a fare altrettanto, perché l’ispirazione è figlia della conoscenza.

Spesso infatti progetti di grande valore vengono abbandonati sul nascere solo a causa di mancanza di informazioni, falsi miti, pregiudizi o paura di asserite complessità.

Crediamo che conoscere ciò che di bello e buono fanno le persone vicino a noi ci infonda il coraggio di poter fare la nostra parte.



Per questo raccontiamo le iniziative, i progetti di vita sostenibile e i modelli innovativi di business che prendono vita sul nostro territorio per aumentare, in chi ci legge, la consapevolezza che il cambiamento è sempre possibile, che è qui e ora, e che è più facile di quanto si possa immaginare. Inoltre, cerchiamo di diffondere il modello benefit per stimolare le imprese a trasformarsi, a prendersi cura dei temi di sostenibilità e a creare valore condiviso attraverso il proprio business.

Responsabilità

***“Non è solo per quello che facciamo che siamo ritenuti responsabili,
ma anche per quello che non facciamo” – Molière***

Crediamo nell'effetto farfalla, cioè che piccole azioni quotidiane possano portare a un grande cambiamento globale, ma perché questo avvenga è indispensabile che le azioni siano guidate da un forte senso di responsabilità e dalla voglia di mettersi in gioco, anche poco, ogni giorno.

Crediamo che la comunicazione positiva possa risvegliare questo senso di responsabilità nelle persone e nelle imprese.

Il sistema è sostenibile se tutti contribuiscono con le proprie risorse a creare valore condiviso, a proteggere e a rispettare l'ambiente e la società in cui operano.

Responsabilità altro non è che rispetto verso se stessi e verso gli altri e coincide così con il concetto stesso di "etica": è una guida per scegliere e agire con responsabilità.

Crediamo che per essere realmente responsabili sia indispensabile monitorare l'impatto, in altri termini le conseguenze, delle proprie scelte e dei propri comportamenti.

È per questo che The Good in Town è società benefit e si impegna a monitorare annualmente le conseguenze delle proprie scelte di business, verificando se raggiunge i propri obiettivi di beneficio comune e come può migliorare per aumentare il proprio impatto positivo.

Le Regole di comportamento

I nostri valori – informazione, innovazione, inclusione, ispirazione, responsabilità – sono le radici dalle quali originano le regole comportamentali che disciplinano i rapporti con tutti i nostri stakeholder ⁽¹⁾.

La condivisione sincera di tali valori - e quindi il rispetto delle norme che scaturiscono da questi - è condizione imprescindibile per instaurare e proseguire qualsiasi rapporto con e per The Good in Town.

Rapporto con i collaboratori interni e dipendenti

Dal valore dell'informazione origina la regola della trasparenza.

The Good in Town si impegna a:

- condividere regolarmente informazioni finanziarie con tutti i suoi lavoratori;
- aggiornare periodicamente tutti i suoi lavoratori sui piani strategici, progetti in corso, contatti e sinergie instaurate e/o in via di sviluppo;

per dare loro una visione d'insieme e l'opportunità di contribuire al raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune e di business della società.

The Good in Town garantisce una effettiva e continuativa condivisione delle informazioni anche al fine di instaurare con i propri lavoratori un rapporto onesto e paritario, aperto al dialogo e al confronto critico.

Dal valore dell'inclusione origina la regola dell'uguaglianza.

⁽¹⁾ Poiché abbiamo fatto della 'inclusione' uno dei nostri pilastri, conosciamo molto bene la discussione sul tema dell'introduzione nella nostra lingua di una nuova 'lettera' (come l'asterisco, la chiocciola, la x o la schwa) che permetta di superare l'uso del maschile sovraesteso.

Ci siamo chiesti in diverse occasioni se utilizzare nei nostri articoli e nella nostra documentazione la schwa - simbolo \ominus - l'unica tra le varie alternative che può esser pronunciata oltre che scritta, fatto fondamentale se si vuole davvero creare un'evoluzione linguistica duratura.

Ma poiché si tratta di un segno che al momento pochissimi conoscono, che non è ancora presente sulla maggior parte delle tastiere, che i software di lettura ad alta voce dei testi usati dalle persone con disabilità non riconoscono e che anche per le persone dislessiche è difficile da distinguere da una normale 'e', abbiamo deciso di posticipare a tempi più maturi questa nuova forma di scrittura, che al momento ci sembra possa essere foriera di esclusione, più che di inclusione.



The Good in Town si impegna a creare un ambiente lavorativo inclusivo, ove in particolare:

- sia vietata ogni forma di discriminazione per razza, età, sesso, orientamento sessuale, religioso o politico e condizioni sociali;
- siano garantite a tutti i lavoratori pari opportunità di crescita professionale;
- sia adottato un approccio paritario nella gestione dei rapporti, lontano dalle logiche gerarchiche;
- i collaboratori con disabilità, di qualsiasi natura ed entità, possano accedere agli uffici senza difficoltà.

The Good in Town si impegna, inoltre, a prestare attenzione e a comprendere le specifiche esigenze della vita personale dei propri lavoratori, prediligendo la qualità piuttosto che la quantità delle ore lavorate e valorizzandone le risorse interiori.

Dal valore della responsabilità origina la regola dell'equità.

The Good in Town si impegna a garantire condizioni eque di lavoro e di remunerazione, a rispettare i propri obblighi contrattuali e, in caso di necessaria riduzione o interruzione del rapporto, ad agire sempre con rispetto e onestà, bilanciando gli interessi e le esigenze di entrambe le parti.

Rapporto con i lettori

Dal valore dell'informazione origina la regola della fiducia.

The Good in Town si impegna a:

- verificare la fonte delle proprie informazioni;
- diffondere informazioni corrette e di facile comprensione anche per i “non addetti ai lavori”;
- diffondere informazioni positive e nuovi modelli di business sostenibili.

Dal valore dell'inclusione origina la regola dell'accessibilità.

The Good in Town si impegna a:

- raccontare punti di vista e temi “sotto rappresentati”;
- utilizzare un linguaggio più inclusivo;
- rendere le proprie pubblicazioni/documenti accessibili anche ai lettori con disabilità.



Rapporto con i clienti

Dal valore dell'informazione origina la regola della trasformazione.

Nell'ambito degli incarichi professionali ricevuti, The Good in Town si impegna a diffondere idee, saperi e modelli innovativi che possano aiutare i clienti a cambiare la propria visione di business e i propri obiettivi strategici, a migliorare il proprio impatto su società e ambiente.

Dal valore dell'inclusione origina la regola della collaborazione.

Nel rapporto con i propri clienti, The Good in Town predilige la partnership quale metodo di lavoro, al fine di creare sinergie volte al miglioramento reciproco e alla crescita sostenibile di entrambi.

Dal valore della responsabilità origina la regola dell'onestà.

The Good in Town garantisce che i servizi siano svolti con efficienza, trasparenza e competenza e che siano portati avanti nell'interesse dei clienti committenti e del bene comune.

The Good in Town garantisce, inoltre, di richiedere compensi equi e proporzionati all'effettivo lavoro svolto.

Rapporto con i fornitori

Dal valore della responsabilità originano le regole della correttezza e della filiera sostenibile.

The Good in Town si impegna a comportarsi sempre con estrema correttezza con i suoi fornitori e ad adempiere a tutte le obbligazioni contrattuali con precisione, trasparenza e puntualità.

The Good in Town vieta ogni forma di pagamento illecito, beneficio e/o regalo volto ad ottenere condizioni di favore da o per i fornitori.

Nella selezione dei fornitori, The Good in Town predilige società e professionisti che siano radicati sul territorio e che siano concretamente impegnati sui temi della sostenibilità, come società benefit, BCorp ed enti del terzo settore.

A tal fine, the Good in Town si impegna a predisporre una "policy etica", documento che formalizza gli obblighi etici e i criteri per la loro valutazione e selezione.

Rapporto con l'ordine professionale dei giornalisti

Dal valore della responsabilità origina la regola del sostegno.

The Good in Town garantisce sostegno alla professione giornalistica, offrendo corsi di formazione professionale e promuovendo un modello di giornalismo positivo e inclusivo.

Rapporto con i network professionali di appartenenza

Dal valore dell'informazione origina la regola della condivisione.

The Good in Town offre spirito propositivo e costruttivo a network professionali del mondo benefit e non, condividendo idee e la propria esperienza per diffondere un modello economico più sostenibile e contribuire all'obiettivo SDG 17 dell'Agenda 2030.

Rapporto con i competitor

Dal valore della responsabilità origina la regola della concorrenza leale.

The Good in Town si impegna a tutelare una concorrenza libera, leale, aperta al dialogo e al confronto. The Good in Town si impegna a non screditare mai l'immagine o la qualità dei servizi offerti dai propri concorrenti.

Rapporto con società, ambiente e stakeholder

Dal valore della responsabilità origina la regola della generazione di impatto positivo.

The Good in Town si assume la responsabilità di perseguire, quotidianamente e concretamente, finalità di beneficio comune e di rendicontare il proprio impatto ogni anno.

The Good in Town, in particolare, si impegna a generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente:

- offrendo una comunicazione positiva ed inclusiva;
- raccontando iniziative e stili di vita sostenibili che possano ispirare le persone a fare altrettanto nel proprio quotidiano;
- diffondendo modelli di business innovativi e sostenibili;
- realizzando con le aziende progetti innovativi di sostenibilità sociale e ambientale;
- realizzando iniziative con le start up;



- organizzando eventi digitali e fisici, percorsi di formazione, attività di welfare aziendale;
- creando una catena di fornitura sostenibile e di supporto alle realtà locali;
- promuovendo sinergie tra enti, associazioni no profit, fondazioni, privati e imprese, territori e comunità con l'obiettivo di accelerare la transizione ecologica e digitale;
- riducendo gli spostamenti da e per ufficio (smart working);
- prediligendo consumi energetici da fonti rinnovabili;
- diventando founding partner di Forest Valley Institute, piattaforma che abilita lo sviluppo di progetti che contrastano il cambiamento climatico;
- illustrando nella relazione annuale di impatto tutti i dati, sia positivi che negativi, in completa trasparenza.

Aggiornamento del codice etico e formazione interna

The Good in Town si adopera a:

- tenere sempre aggiornato il presente codice etico;
- organizzare occasioni di formazione interna;
- organizzare gruppi di lavoro finalizzati a consolidare l'identità aziendale, a misurare la convergenza dell'azienda su visione, missione, obiettivi, strategie e valori e a raccogliere idee, suggerimenti e spunti di riflessione da parte dei propri lavoratori.

Comunicazione e diffusione del codice etico

The Good in Town ritiene che solo il rispetto del medesimo sistema valoriale consenta di instaurare rapporti profondi, di qualità e duraturi.

Per assicurarsi che i soggetti con i quali si relaziona siano a conoscenza e condividano i valori essenziali posti a fondamento delle proprie regole, The Good in Town ha deciso di:

- pubblicare il codice etico sulla propria pagina web;
- allegare il codice etico a tutti i contratti, per presa visione e firma di accettazione;
- inserire in tutti i contratti una clausola risolutiva multi-step che preveda la facoltà di The Good in Town di risolvere il contratto qualora la controparte violi i valori del codice etico;
- redigere una "policy etica" specifica per i fornitori.



Violazioni del Codice Etico

Si precisa che questo codice etico non costituisce parte integrante di un Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001, del quale al momento The Good in Town non si è ancora dotata, ma nasce con l'obiettivo di offrire uno strumento pratico che aiuti la società a diffondere i propri valori e a selezionare in modo naturale lavoratori, clienti, partner e fornitori che siano allineati al proprio sistema valoriale e che agiscano in coerenza con lo stesso.

Uno strumento, dunque, privo di intenti punitivi bensì volto a instaurare un dialogo etico con tutti gli stakeholder, per far germogliare i semi di una nuova cultura di business.

Tuttavia, è evidente che, qualora dovessero verificarsi violazioni particolarmente gravi alle quali è difficile o non è possibile porre rimedio o che sono state poste in essere dolosamente, The Good in Town si riserva la facoltà di prendere provvedimenti che tutelino la propria identità e la propria reputazione.

Il Responsabile Etico della società è Sara Serafini, già responsabile di impatto della società, la quale ha il compito di:

- promuovere occasioni di sensibilizzazione e formazione interna;
- fornire eventuali chiarimenti sull'interpretazione del codice etico;
- promuovere e monitorare la coerenza delle finalità di beneficio comune e delle attività della società con i principi espressi nel codice etico;
- ricevere le segnalazioni all'indirizzo email dedicato positiveimpact@thegoodintown.it;
- valutare l'opportunità di attivare la procedura di accertamento;
- garantire la riservatezza dell'identità del segnalante.

Qualora ritenesse fondata la segnalazione e quindi opportuno procedere con l'accertamento della violazione, il Responsabile Etico informa la persona e/o la società interessata del contenuto della segnalazione e la invita a presentarsi di persona in modo da instaurare un confronto verbale e/o documentale.



The Good in Town crede che la fase del “contraddittorio” possa essere particolarmente importante, in quanto non solo consente di chiarire eventuali malintesi e/o errori ma può rappresentare anche un’ulteriore occasione di miglioramento reciproco, attraverso l’individuazione di strumenti riparativi e l’instaurazione di nuove best practice virtuose.

The Good in Town preferisce dunque risolvere bonariamente la controversia in questa prima fase, impegnandosi a raggiungere una soluzione condivisa con buon senso, rispetto reciproco e spirito collaborativo.

Qualora invece ciò non dovesse essere possibile, The Good in Town si riserva la facoltà di risolvere il contratto con la persona/società responsabile della violazione.