

## **LA CULTURA DELLA COMPLIANCE NELLE AZIENDE**

La *Compliance* costituisce il processo volto ad assicurare che le attività aziendali siano svolte in conformità alle leggi ed ai regolamenti applicabili, nonché alle regole etiche ed alle procedure interne, con lo scopo di mitigare o eliminare il “rischio di non conformità”, ossia il rischio di incorrere in sanzioni, perdite finanziarie o danni reputazionali, a seguito della violazione di norme imperative o di autoregolamentazione.

Gli elementi principali per un efficace processo di gestione della compliance in azienda consistono: in una diffusa responsabilizzazione del personale, nella mappatura delle norme applicabili, nell'adozione di un approccio strutturato che consenta di identificare tempestivamente i cambiamenti normativi, in una correlazione tra rischi e controlli, nel dialogo aperto e continuo con le altre funzioni sulle tematiche di potenziale “non conformità”, nella definizione di flussi di reporting che consentano al management di intervenire tempestivamente e con le necessarie azioni correttive, in caso di lacune riscontrate nel sistema di controllo interno.

La Compliance può, altresì, aiutare l'azienda a gestire in modo più strategico rischi quali gli abusi dei diritti umani nella catena di fornitura, la discriminazione sul posto di lavoro, le frodi contabili o fiscali, le violazioni dei dati, l'inquinamento ambientale, ed altri che potrebbero avere un impatto sulla performance reputazionale e finanziaria dell'azienda.

Inoltre si evidenzia che un fattore fondamentale per la diffusione della cultura della compliance è costituito dalla presenza di canali per la gestione delle segnalazioni anche anonime (whistleblowing) da parte degli operatori aziendali che ravvisino delle anomalie nella gestione dei processi aziendali.

Si può, dunque, sostenere che la cultura della compliance, oltre a ridurre o eliminare il rischio di incorrere in sanzioni e danni reputazionali, favorisce lo sviluppo virtuoso e sostenibile del business delle aziende. Infatti, promuovere una cultura aziendale fondata sui valori di onestà, trasparenza, integrità, correttezza e rispetto delle norme, contribuisce a consolidare i propri principi etici, a migliorare le relazioni con la clientela, gli stakeholders e gli investitori e ad armonizzare i comportamenti dei dipendenti, rendendo l'azienda maggiormente competitiva sul mercato nel lungo periodo.