

SOMMARIO

IMPEGNI SPECIFICI.....	3
1. il funzionamento e il grado di efficienza del servizio clienti.....	3
2. la puntualità e il rispetto del livello di prestazioni proposte	4
3. la completezza e la congruità della comunicazione	5
4. l'adozione di iniziative per l'integrazione di valori sociali ed ambientali	5
L'ETICA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI: IL PUNTO DI VISTA DEL CONSUMATORE	5

AFFIDABILITÀ AZIENDALE

CERTIFICAZIONE CODACONS

CARTA DEI SERVIZI

Per garantire un livello certo di Affidabilità ci impegniamo ad adottare, nell'azione e nella missione, un comportamento nei riguardi dei nostri Clienti che viene illustrato nella presente Carta dei Servizi, esposta e diffusa pubblicamente.

Basilare è la considerazione che, i diritti dei Clienti sono paritetici con quelli della produttività e del profitto aziendale. Il servizio include un livello di prestazioni garantito nella professionalità, nel seguire le regole di condotta deontologica professionale alla quale siamo sottoposti e nel prefiggersi l'obiettivo del nostro Cliente rispettando le norme giuridiche, offrendo un'adeguata assistenza ed una corretta informazione.

L'imparzialità CODACONS è utile per verificare e vigilare sulla corretta applicazione della Carta dei Servizi.

La Carta dei Servizi si propone di soddisfare i bisogni dei Consumatori adottando comportamenti improntati a cortesia, uguaglianza, imparzialità e continuità. Tutto il personale ed i collaboratori sono consapevoli degli impegni assunti dall'Azienda nella Carta dei Servizi e sono quindi sensibili ed attenti a prestare la massima attenzione all'ascolto costante delle richieste dell'utente.

Il nostro ufficio si relaziona con i Clienti attraverso vari canali che sono: il telefono, il fax, la posta tradizionale, quella elettronica (mail) ed il sito internet.

Gruppo Investigativo Srl

Corso Vittorio Emanuele II, 92

10121 - Torino - Italia

Tel.: +39_011_5617504

Fax: +39_011_5631576

web:<http://www.gruppoinvestigativo.com>

mail:info@gruppoinvestigativo.com

Il servizio fornisce e garantisce adeguate tipologie di materiale informativo necessario per potersi orientare e conoscere consapevolmente i prodotti/servizi offerti.

Principio fondamentale è quello di migliorare la qualità dei servizi con la partecipazione attiva e consapevole dei nostri Clienti attraverso il perfezionamento della Carta dei Servizi.

Gli standard di continuità, regolarità di erogazione e di tempestività del servizio sono da considerarsi validi in condizioni normali" di esercizio, che escludono situazioni straordinarie come, a titolo esemplificativo, eventi naturali eccezionali, eventi causati da terzi, scioperi, provvedimenti della Autorità Pubblica.

Le violazioni ai principi ed agli standard della Carta dei Servizi possono essere segnalate, direttamente, telefonicamente, per iscritto (via fax ed e-mail) al CODACONS. Qualora gli obiettivi riportati nella Carta dei Servizi non venissero rispettati l'Azienda si impegna a fornire servizi straordinari a titolo di indennizzo dei Clienti.

IMPEGNI SPECIFICI

1. il funzionamento e il grado di efficienza del servizio clienti

- Tempi e i metodi di assistenza e gestione dei reclami: entro 48 ore il Consumatore riceve una risposta, almeno interlocutoria, ad una sua istanza, avviando la soluzione del suo problema; il tempo massimo di risposta al telefono è di 15 minuti; alle mail di 24 ore (relativamente ai tempi di apertura dell'ufficio).

Viene data risposta precisa, praticamente in tempo reale, sui tempi e metodi per eliminare i disservizi che dovessero presentarsi.

- FAQ - risposte standardizzate alle domande più frequenti: sono predisposte sul sito internet e in appositi opuscoli le risposte ed i chiarimenti che più frequentemente vengono dati ai Consumatori; il monitoraggio delle risposte e dei chiarimenti, unitamente agli approfondimenti ed alle integrazioni adottate, che interessano maggiormente il servizio clienti, è strutturato e ordinato.

- Il Consumatore deve sentirsi a sua agio, come a casa sua: il servizio non può creare problemi di sorta nel suo godimento; ogni eventuale reclamo o suggerimento ha la sua naturale accoglienza, positivamente accettata, anzi favorita dalla nostra struttura che raccoglie le notizie sui disservizi in maniera strutturata e trasparente, riconoscendo un ruolo attivo dei Consumatori nella operatività aziendale.

L'Azienda dedica particolare attenzione ai soggetti agli utenti deboli, anziani, portatori di handicap.

E' assicurata la partecipazione, ossia la possibilità di esprimere osservazioni e suggerimenti in merito al servizio; è altresì garantito il coinvolgimento della clientela essendo prevista la possibilità di personalizzare e/o migliorare il servizio, così come è ben attivata la verifica da parte dell'Azienda sulla soddisfazione dell'utente, essendo organizzata la raccolta e la strutturazione dei reclami e dei suggerimenti.

Il personale dedicato alla relazione con i Consumatori è competente sul tema del servizio offerto, costantemente informato su novità e modifiche inerenti; è consapevole di dover tenere un atteggiamento cortese, riservare un'attenzione paziente, adottare un linguaggio adatto alla comprensione più diretta e semplice, mantenere una flessibilità adeguata.

- La contattabilità chiara con riferimenti definiti: il servizio clienti è affidato all'ufficio di *back office*, telefono 0115617504, mail info@gruppoinvestigativo.com, che è a disposizione tutti i giorni lavorativi dalle 09.30 alle 13.30.

L'accessibilità diretta è garantita e puntuale come quella a distanza (telefono e internet), senza barriere architettoniche insuperabili, con segnaletica evidente, orari coerenti e costanti; gli orari di apertura al pubblico sono dalle 09.30 alle 19.30, tutti i giorni lavorativi previo appuntamento.

2. la puntualità e il rispetto del livello di prestazioni proposte

- La trasparenza e la correttezza degli accordi:

La Carta dei Diritti prevede che ogni rapporto contrattuale, scritto o solo di fatto, preveda la riconoscibilità espressa dei diritti del Consumatore, così come regolati dal Codice del Consumo (D.L. 06.09.05 n.206), e dei doveri dell'Azienda; specificatamente ribadisce il riconoscimento del diritto di recesso secondo le prassi e le normative vigenti, nella interpretazione più favorevole al Consumatore e comunque mai da considerarsi vessatoria. Anche nel caso di contratti a distanza, la fornitura avviene nel rispetto delle disposizioni del Codice del Consumo (D.L. 06.09.05 n.206).

Nel caso di modifiche alle norme di fornitura i Consumatori hanno diritto di recedere dal contratto all'atto della notifica delle modifiche stesse; l'Azienda provvede ad informare i Consumatori con un preavviso di almeno 30 (trenta) giorni di tali eventuali modifiche garantendo il diritto di recedere dal contratto, senza penali, qualora non accettino le nuove condizioni.

Eventuali vincoli all'utilizzo dei prodotti/servizi sono espressi al momento dell'offerta e/o del preventivo.

I prezzi dei prodotti/servizi sono esclusi di IVA. Ogni preventivo contiene la spesa finale e totale, esclusi i costi documentabili con le relative pezze giustificative sostenuti per svolgere il servizio richiesto (rimborsi chilometrici, spese di viaggio, alberghi, etc.).

- In caso di controversia, generata a qualsiasi titolo o per qualsiasi motivazione, l'Azienda si impegna ad eliminare le controversie mediante il ricorso all'ADR - Alternative Dispute Resolutions (conciliazione camerale).

3. la completezza e la congruità della comunicazione

- Comprensibilità, chiarezza e trasparenza delle informazioni aziendali, delle avvertenze, dei regolamenti e delle procedure: ogni testo scritto che descrive il prodotto/servizio offerto, compresi eventuali descrizioni del servizio, è stato letto da un gruppo campione di Consumatori omogeneo al target di riferimento e compreso in tutte le sue parti.
- evidenza e capillarità delle informazioni che si rendono disponibili: ogni informazione atta a ottimizzare il godimento del prodotto/servizio offerto, oltre che a prevenire ogni disagio o insoddisfazione, è stata divulgata in ogni canale informativo a disposizione dell'Azienda e comunemente reso disponibile all'acquirente al momento dell'acquisto.
- garanzie a tutela della riservatezza sui dati personali eventualmente raccolti: l'Azienda ha adottato tutte le iniziative per la protezione dei dati personali raccolti presso la clientela ed il rispetto del Codice Deontologico degli Investigatori Privati.

4. l'adozione di iniziative per l'integrazione di valori sociali ed ambientali

Nell'attività produttiva e nei rapporti con le parti interessate (non solo ai Consumatori ma a tutti gli Stakeholders, a quelli cioè che hanno interesse all'Azienda), l'Azienda assume un ruolo equo e compatibile nei confronti del mercato, avviandosi all'adozione dei principi della Responsabilità Sociale (CSR - Corporate Social Responsibility).

L'ETICA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI: IL PUNTO DI VISTA DEL CONSUMATORE

La responsabilità sociale comincia dal rispetto leale e trasparente dei diritti dei Consumatori. Si sta affermando con forza spontanea l'esigenza di autodisciplinare il comportamento imprenditoriale in modo da superare i limiti tecnici, l'inadeguatezza e la complessità giuridica della responsabilità civile e dei diversi "codici deontologici". Autodisciplinare il comportamento nell'interesse comune, con regole eticamente condivise, significa agire secondo la responsabilità sociale (CSR – Corporate Social Responsibility).

Il profitto è il primo obiettivo per qualsiasi Azienda; ma oggi il profitto non basta per definire un'Azienda di successo; occorre anche dimostrare che questo profitto non è stato conseguito in danno della collettività, nel suo insieme, in una sua parte o di qualcuno in particolare; intendiamo raggiungere i risultati di crescita imprenditoriale e di soddisfazione degli interessi dei nostri Clienti rispettandone le necessità reali. Offrendo i mezzi adeguati sia nel campo delle norme che in quello operativo al fine di raggiungere con i minori costi l'obiettivo posto dai nostri Clienti.

La nostra sensibilità etica costruisce legami forti e sinceri con i tre protagonisti della responsabilità sociale: l'Azienda (con i suoi aventi causa, tutti i portatori d'interesse ad essa collegati, gli "stakeholders"), il Consumatore (con le sue esigenze, più realistiche e meno effimere) la Comunicazione (con la sua capacità persuasiva, più attenta e trasparente e, soprattutto, comprensibile).

La sensibilità etica si manifesta con una sorta di autodisciplina, volontariamente adottata, per perseguire in maniera strutturata il rispetto di alcuni principi, capaci di influenzare i processi decisionali. Sono principi non contemplati da norme giuridiche, contratti sociali o civilistici, pattuizioni sindacali, ma frutto di una libera scelta.

La sensibilità etica stimola un processo di riflessione critica sui comportamenti dell'Azienda e la coinvolge nell'impegno a sviluppare, mantenere e rafforzare politiche esterne e procedure interne corrette (norme sul lavoro, la sicurezza, la salute e l'ambiente); la rende attenta al rispetto dei diritti dei consumatori, non la lascia indifferente alle aree di disagio, la interessa nelle attività e nei beni culturali.

Agenzia Investigativa "Gruppo Investigativo – Investigazioni Private e Sicurezza"

Il direttore

Rosario Dimitri Russo