



frantoio
Tuscus

CODICE ETICO
Solidarietà & Responsabilità



“L’iniziativa economica privata è libera.
Non può svolgersi in contrasto con l’utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana.
La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l’attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali.”

(La Costituzione italiana, articolo 41)

Nel 1992 Fabrizia Cusani e Giampaolo Sodano hanno scelto di diventare produttori di olio extra vergine di oliva di alta qualità.

Hanno fondato **L'Olivaia**, azienda agricola certificata Bio e Dop, che si stende sui colli della Tuscia, nel territorio della città di Nepi, lungo la storica via Francigena, al centro di quattro laghi vulcanici. L'oliveto, di circa 20 ettari irrigui con oltre 7.000 piante, è organizzato per campi e per cultivar in modo da permettere la raccolta seguendo la diversa maturazione delle olive per produrre oli diversi che ne esaltino la tipicità.

Nel 1999 hanno rilevato, nella città di Vetralla, un antico frantoio, fondato nel 1947 dai fratelli Alecci, che hanno ristrutturato e innovato con un investimento in alta tecnologia così da completare la filiera e garantire la qualità del prodotto.

È nato così **Frantoio Tuscus**, sulla antica via Cassia a 68Km da Roma. Una nuova impresa artigiana olearia che produce esclusivamente olio extra vergine dalle olive offrendo ai clienti e ai consumatori un prodotto di alta qualità.



L'azienda fornisce servizi agli agricoltori e opera una costante attività di marketing territoriale oltre ad un lavoro di informazione e formazione dei consumatori assolvendo ad una funzione culturale e sociale.

Onestà, trasparenza, innovazione, responsabilità sociale e ambientale sono i valori in cui Frantoio Tuscus si identifica. Questa identità si è andata rafforzando negli anni divenendo una delle risorse fondamentali dell'azienda.

Oggi, lo sviluppo dell'azienda e la complessità del mercato in cui opera, rendono necessario definire con chiarezza l'insieme dei valori in cui Frantoio Tuscus si riconosce partendo dal rigoroso rispetto dei diritti umani, dei diritti dei consumatori ed in particolare dei bambini, delle condizioni di sicurezza dei lavoratori e dell'impatto ambientale ben oltre quanto prescritto da leggi e regolamenti.

Strumento fondamentale per la divulgazione dei principi aziendali è il **Codice Etico**.



Negli scritti di Pico della Mirandola è centrale la figura dell' "homo faber" come colui che cerca l'autonoma creatività.

E' la cultura che impronta il lavoro dei "Mastri oleari". L'homo faber del terzo Millennio è libero dall'alienazione dell'operaio. Il suo ideale è un moderno artigianato che padroneggia tutte le fasi della creazione di un prodotto.

Per Frantoio Tuscus, per l'imprenditore artigiano, l'orgoglio di un lavoro ben fatto vale più di quanto esso rende in denaro. Questo è il senso del nostro Codice etico. Perché per noi di Frantoio Tuscus l'etica è intrinseca al prodotto ed ai suoi processi.

Il nostro punto fermo: competenza e serietà.

I Principi generali

1.1 *Natura del Codice*

Il Codice etico raccoglie i principi e le regole comportamentali in cui l'Azienda Frantoio Tuscus si riconosce. Il Codice traccia, altresì, la disciplina generale valevole per tutti coloro che operano nel contesto aziendale e con l'Azienda.

1.2 *Contenuto e finalità*

Il Codice ha come scopo precipuo quello di dichiarare e diffondere i valori e le regole comportamentali cui l'Azienda fa costante riferimento nell'esercizio della propria attività imprenditoriale.

1.3 *Destinatari*

Sono destinatari del Codice:

a) gli organi sociali e la Proprietà; b) il personale (i dirigenti, i dipendenti, gli agenti con rappresentanza, i lavoratori parasubordinati ed i collaboratori con rappresentanza esterna) dell'Azienda; c) i consulenti ed i fornitori di beni e servizi, anche professionali, e chiunque svolga attività per l'Azienda senza rappresentanza.

1.4 Vincoli

a) I destinatari del Codice sono vincolati ad osservare e rispettarne i principi ed a uniformarsi alle sue regole comportamentali. b) La conoscenza e l'adeguamento alle prescrizioni del Codice rappresentano un requisito indispensabile ai fini dell'instaurazione ed al mantenimento di rapporti collaborativi con terzi, nei confronti dei quali l'Azienda s'impegna a diffondere ogni connessa informativa. c) La violazione può costituire causa di recesso o di risoluzione del contratto.

1.5 Divulgazione del Codice

a) Il Codice è condiviso all'interno dell'Azienda mediante consegna ai dipendenti b) Copia del Codice è affissa nella bacheca aziendale e pubblicata sul sitoweb dell'Azienda www.olivaia.com. c) La Direzione svolge nei confronti dei dipendenti un idoneo programma di formazione e sensibilizzazione sulle tematiche del Codice.

2 L'impresa artigiana olearia

2.1 La salute dei consumatori

L'Azienda si impegna affinché il prodotto della trasformazione delle olive sia un olio extra vergine di alta qualità, nel presupposto che esso non è soltanto un prodotto alimentare ma, per le sue proprietà intrinseche, può essere utile ad alcune patologie mediche come le malattie cardiovascolari e tumorali ed è uno straordinario antiossidante e antinfiammatorio.

2.2 Il valore del Territorio

L'Azienda, consapevole della propria peculiare funzione, valorizza le risorse ambientali, storiche e culturali del territorio in cui opera con una attività di marketing territoriale.

2.3 Per un mercato trasparente

L'azienda è impegnata a concorrere alla trasparenza del mercato dell'olio dalle olive attraverso una costante e rigorosa trasmissione di dati e informazioni della propria attività di produzione e commercializzazione alle competenti Autorità nazionali.

2.4 Informazione e formazione del consumatore

L'Azienda assolve alla funzione di informazione e divulgazione della conoscenza dell'extra vergine con una attività costante di formazione dei consumatori sulle modalità di produzione e sulla valutazione organolettica e gustativa del prodotto.

2.5 Servizi agli agricoltori

L'Azienda, consapevole del dover garantire l'intera filiera della produzione dell'olio extravergine, si attiva nei confronti degli agricoltori fornitori della materia prima ad operare affinché nelle attività di coltivazione delle olive sia sempre perseguito l'obiettivo di un frutto sano; che siano osservate nelle attività agronomiche le norme per la sicurezza del lavoro e l'igiene degli alimenti; che sia garantita nelle attività di raccolta l'integrità del frutto. Per il raggiungimento di questi obiettivi l'Azienda è impegnata a collaborare con gli olivicoltori fornendo ad essi servizi e consulenze.

3 Principi di etica d'impresa

3.1 Contributi e sponsorizzazioni

Non c'è valore nel successo economico di un'azienda se non c'è anche l'impegno nel progresso sociale. Per questo l'Azienda è impegnata a promuovere, sponsorizzare e sostenere iniziative e progetti sociali, culturali e di solidarietà mediante azioni e contributi a ONG, Fondazioni e Associazioni no profit che siano regolarmente costituite nel rispetto delle prescrizioni della normativa contabile e fiscale.

3.2 Correttezza

L'Azienda vigila affinché tutti i soggetti operanti al suo interno si uniformino ai principi di correttezza e di lealtà nell'espletamento delle proprie funzioni, interne ed esterne, anche ai fini del mantenimento dell'immagine dell'Azienda e del rapporto di fiducia instaurato con la clientela e, in genere, con terzi.

3.3 Onestà negli affari

Il personale dell'Azienda deve assumere un atteggiamento corretto ed onesto, sia nello svolgimento delle proprie mansioni, sia nei rapporti con gli altri componenti dell'Azienda, evitando di perseguire scopi illeciti o illegittimi, ovvero di generare

ipotesi di conflitto di interessi per procurare a sé od a terzi un indebito vantaggio. In nessun caso l'interesse o il vantaggio dell'Azienda possono indurre e/o giustificare un comportamento disonesto.

3.4 *Informazione trasparente e completa*

L'Azienda, rispettosa del principio di trasparenza, si impegna a divulgare una corretta, veritiera e completa informazione a favore dei clienti e dei consumatori.

L'azienda si impegna a far corrispondere in maniera inequivocabile le diciture scritte in etichetta con il contenuto della confezione, con particolare riferimento alle normative europee in relazione all'origine del prodotto.

3.5 *Concorrenza leale*

Nel rispetto delle normative, nazionali e comunitarie in materia di antitrust, nonché delle linee guida e direttive del Garante Nazionale della Concorrenza e del Mercato, l'Azienda non assume comportamenti finalizzati a ledere la libertà dell'industria e del commercio, né sottoscrive accordi con altre Società che possono influenzare negativamente il regime di concorrenza e di pari opportunità nel mercato di riferimento.

L'Azienda tutela i propri diritti sulla proprietà intellettuale (brevetti, denominazioni commerciali, marchi, diritti d'autore e segreti commerciali).

Allo stesso modo non viola i contratti di licenza di diritti di proprietà intellettuale altrui e non ne fa un uso non autorizzato.

3.6 *Imparzialità*

L'Azienda s'impegna al rispetto dei principi di imparzialità e lealtà, non solo nell'espletamento delle mansioni delegate ai singoli, ma anche nei rapporti con i propri interlocutori.

3.7 *Diligenza ed accuratezza*

L'Azienda cura che il personale adempia le proprie mansioni con la diligenza ed accuratezza necessarie, nel rispetto delle direttive impartite dai superiori gerarchici e/o responsabili e, in genere, degli standard qualitativi aziendali.

3.8 *Equità ed uguaglianza*

L'Azienda è intesa a sviluppare lo spirito aziendale di appartenenza e condanna qualsiasi forma di discriminazione e/o di abuso sia nell'ambito dei rapporti interni che esterni..

3.9 *Competenza e responsabilità*

L'Azienda si conforma al principio secondo cui ciascuno, sulla base del proprio livello di collocazione nell'organigramma dell'Azienda, è valutato con criteri meritocratici ed è competente e responsabile delle proprie azioni ed omissioni.

3.10 *Professionalità*

I soggetti operanti all'interno dell'Azienda, ovvero quelli ai quali l'Azienda affida l'espletamento di specifici servizi, sono dotati di comprovati requisiti di competenza, professionalità ed esperienza.

Con particolare riferimento al proprio personale l'Azienda cura con costanza la formazione, l'aggiornamento e la crescita professionale.

3.11 *Tutela dell'ambiente*

L'Azienda contribuisce alla diffusione ed alla sensibilizzazione delle tematiche sulla tutela dell'ambiente e gestisce le attività ad essa affidate, nel rispetto della normativa nazionale e comunitaria vigente.

L'Azienda asseconda le aspettative dei propri clienti relativamente alle questioni ambientali, assumendo ogni idoneo strumento di tutela e cautela e condanna qualsiasi forma di danneggiamento e compromissione dell'eco-sistema.

4

Relazioni esterne

4.1 Rapporti con la clientela

Obiettivo aziendale preminente è quello di accrescere il grado di soddisfazione e gradimento dei propri servizi/prodotti, sensibilizzandosi alle esigenze della clientela, anche potenziale, e fornendo ad essa informazioni veritiere, accurate, complete e corrette.

Tali rapporti vengono gestiti secondo principi di massima collaborazione, disponibilità, professionalità e trasparenza, nel rispetto della riservatezza e della tutela della privacy al fine di creare le basi per un rapporto solido e duraturo, di fiducia reciproca.

L'Azienda persegue l'obiettivo di soddisfare pienamente le aspettative dei consumatori e vigila affinché i propri clienti siano trattati, sempre, in modo cortese, corretto ed onesto. Pertanto, esige dai propri dipendenti e dagli altri destinatari del Codice che ogni rapporto e contatto con la clientela sia improntato ad onestà e correttezza professionale.

4.2 Rapporti con fornitori e consulenti

La scelta dei fornitori si basa su una attenta valutazione di ordine tecnico-economico in considerazione dei seguenti parametri: analisi dei prodotti, dell'offerta, della convenienza economica, dell'idoneità tecnica e professionale, della competenza ed affidabilità.

I prodotti e/o servizi forniti devono in ogni caso risultare conformi e giustificati da concrete esigenze aziendali.

In vigenza di rapporti continuativi di fornitura l'Azienda intrattiene rapporti impegnati sui principi di buona fede e trasparenza e sul rispetto dei valori di equità, imparzialità, lealtà e pari opportunità.

I rapporti dell'Azienda con i consulenti esterni, collaboratori ed eventuali outsourcers si basano sui medesimi principi e criteri selettivi di cui ai punti precedenti.

L'Azienda a tutela della propria immagine ed a salvaguardia delle proprie risorse, non intrattiene rapporti di alcun tipo con soggetti che non intendono operare nel rigoroso rispetto della normativa vigente o che rifiutino di conformarsi ai valori ed ai principi che hanno ispirato il presente Codice.

4.3 Partner commerciali e Competitors

L'Azienda impronta i rapporti con i propri partner commerciali e le imprese concorrenti alla puntuale osservanza delle leggi, delle regole di mercato e dei principi ispiratori della concorrenza leale, contrastando ogni forma di accordo o comportamento potenzialmente illecito o collusivo.

La raccolta di informazioni sulla concorrenza deve rispettare la normativa sulla privacy ed escludere ogni forma di pressione su dipendenti o ex dipendenti, su clienti o su fornitori di concorrenti.

Ogni operatore dell'Azienda deve astenersi dal fornire alla concorrenza informazioni concernenti la politica dei prezzi dei prodotti, il mercato d'interesse societario, i prodotti in corso di sviluppo, i piani di vendita e di marketing ed in genere ogni tipo di informazione che possa ridurre o pregiudicare i vantaggi competitivi dell'azienda.

5 Tutela del Consumatore

5.1 Diritti del consumatore

L'Azienda riconosce e garantisce i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti perchè se la qualità è l'aspirazione di ogni consumatore quando acquista un qualsiasi bene di consumo, essa diventa un suo diritto quando acquista ciò che mangia perchè il cibo incide in modo decisivo sulla salute. In particolare ciò è ancora più vero per i bambini per i quali mangiare in modo sano significa crescere in modo sano e ad avere una cultura alimentare che potrà accompagnarli nello sviluppo.

5.2 Diritto alla salute

L'Azienda è impegnata a riconoscere i diritti fondamentali a tutela della salute e della sicurezza. L'azienda garantisce la qualità dei prodotti e dei servizi, un'adeguata informazione e una corretta pubblicità.

5.3 Garanzie sui prodotti

L'Azienda impronta l'esercizio delle pratiche commerciali ai principi di buona fede, correttezza e lealtà. L'Azienda garantisce l'assoluta genuinità dei prodotti, nel rispetto di tutte le prescrizioni di legge e delle relative normative di settore. L'Azienda immette

sul mercato solo prodotti sicuri e utili per la salute dei consumatori. L'Azienda adotta tutte le misure necessarie a rendere chiaro e trasparente il contenuto del prodotto confezionato.

6 Criteri comportamentali

6.1 *Gestione dei rapporti di lavoro*

I rapporti di lavoro che l'Azienda instaura sono conformi a principi di reciproco rispetto, equo trattamento e meritocrazia. In tal senso l'Azienda contrasta ogni forma di favoritismo, o di discriminazione.

La gestione del rapporto e la scelta del tipo di contratto di lavoro si basa su un'attenta valutazione del profilo del soggetto tenendo in considerazione le richieste di quest'ultimo e adottando modelli contrattuali flessibili offerti dalla legislazione vigente.

Il potere gerarchico viene esercitato nel pieno rispetto dei diritti del personale, con obiettività ed equilibrio. Del pari il personale presta la massima collaborazione nell'osservare le disposizioni impartite dai soggetti apicali assumendo la massima diligenza e perizia nello svolgimento delle mansioni affidate.

Il personale è tenuto all'obbligo di fedeltà nei confronti dell'Azienda non potendo assumere occupazioni alle dipendenze di terzi, ovvero collaborazioni non preventivamente autorizzate e non potendo comunque svolgere attività contrarie agli interessi dell'Azienda o incompatibili con i doveri d'ufficio.

6.2 *Uso del patrimonio aziendale*

I documenti, gli strumenti di lavoro, gli impianti e le dotazioni ed ogni altro bene, materiale ed immateriale (comprese le proprietà intellettuali ed i marchi) di proprietà dell'Azienda sono utilizzati esclusivamente per la realizzazione dei fini istituzionali; non possono essere utilizzati dal personale per finalità personali, né essere trasferiti o messi a disposizione di terzi e devono essere utilizzati e custoditi con la medesima diligenza di un bene proprio.

Il patrimonio aziendale comprende altresì le strategie ed i piani imprenditoriali, gli elenchi dei clienti, i dati relativi al personale, i programmi di marketing e di vendita, organigrammi, politiche dei prezzi dei prodotti, dati finanziari e contabili ed ogni altra informazione relativa all'attività, ai clienti e ai dipendenti dell'Azienda.

6.3 *Assenza di discriminazioni*

L'Azienda vigila affinché nessuno dei propri componenti attui discriminazioni o attività di mobbing nei confronti di un soggetto in relazione all'età, al sesso, alle origini etniche, alle proprie convinzioni politiche e religiose, al proprio stato di salute, alle preferenze sessuali o altro status protetto dalla legge, e promuove l'organizzazione di incontri e/o eventi finalizzati allo sviluppo dello spirito di gruppo tra i componenti, alla conoscenza ed al rispetto reciproco.

L'Azienda sanziona inoltre ogni manifestazione, compreso l'uso di termini o gesti, che sia molesta, offensiva o intimidatoria.

6.4 *Sicurezza sul lavoro*

L'Azienda è scrupolosa nel rispetto delle norme in materia di sicurezza ed igiene del lavoro.

L'Azienda effettua un monitoraggio costante dei propri impianti per garantire il massimo della sicurezza e della qualità dei propri servizi.

Il personale ed i collaboratori dell'Azienda assicurano la massima disponibilità e collaborazione nei confronti del responsabile e di chiunque svolga ispezioni e controlli per conto degli Enti predisposti.

Ogni dipendente della Società non deve esporre gli altri dipendenti a rischi inutili che possano provocare danni alla loro salute o incolumità fisica.

Tutti coloro che lavorano per l'Azienda sono responsabili della buona gestione e del rispetto delle procedure adottate in materia di sicurezza e salubrità dell'ambiente di lavoro.

7

Rapporti con la Pubblica Amministrazione

7.1 Principi Informatori

L'Azienda vigila affinché sia rispettato il divieto di dare, offrire o promettere denaro od altre utilità, quali ad esempio servizi, prestazioni o favori che possono ragionevolmente essere interpretati come eccedenti le normali pratiche di cortesia, ovvero esercitare illecite pressioni nei confronti di pubblici ufficiali, incaricati di pubblico servizio, dirigenti, funzionali o dipendenti della Pubblica Amministrazione o di Enti concessionari di pubblico servizio o di loro parenti o conviventi, sia italiani che stranieri, per indurre al compimento di qualsiasi atto conforme o contrario ai doveri d'ufficio.

7.2 Rapporti con le Autorità Pubbliche di Vigilanza

Nell'ambito dei rapporti con le Autorità Pubbliche di Vigilanza, l'Azienda assicura la massima disponibilità e collaborazione, anche in sede di ispezioni e verifiche nonché, se dovuti e/o richiesti, una completa informazione, produzione di dati e documentazioni nel rispetto dei principi di trasparenza, completezza e correttezza delle loro funzioni istituzionali.

7.3 Finanziamenti pubblici

Nell'ipotesi di partecipazione a bandi di gara per l'ottenimento di finanziamenti agevolati, erogati da soggetti pubblici nazionali e/o comunitari, è fatto divieto ai dipendenti e/o collaboratori dell'Azienda di realizzare qualsiasi artificio o raggirio per ottenere, ingiustamente, tali finanziamenti, sovvenzioni o provvidenze a carico della P.A., ovvero distrarne l'utilizzo vincolato.



Gestione contabile e finanziaria

8.1 *Gestione dei flussi finanziari*

L'Azienda si impegna a verificare tutte le informazioni disponibili su controparti commerciali e fornitori, per accertare la loro rispettabilità e la legittimità della loro attività prima di instaurare con questi rapporti di affari.

Chiunque riceva in pagamento banconote o monete o carte di pubblico credito false o rubate per rapporti imputabili all'Azienda, ha l'obbligo di informare il responsabile, affinché provveda alle opportune denunce.

8.2 *Registrazioni contabili*

L'Azienda fornisce una rappresentazione chiara, corretta e veritiera delle proprie registrazioni, effettuate in conformità del codice civile, ai principi contabili e nel rispetto delle norme fiscali vigenti, in modo tale da assicurare la trasparenza e la tempestività di verifica.

Ogni operazione e transazione finanziaria deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

Di ogni operazione deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e svolgimento. A tale fine vi deve essere un adeguato supporto documentale che permetta di controllare, in ogni momento, le motivazioni dell'operazione e chi ha autorizzato, effettuato, registrato, verificato l'operazione stessa.

8.3 *Comunicazioni alle Autorità Pubbliche di Vigilanza*

È doveroso effettuare con tempestività, trasparenza, veridicità e completezza le comunicazioni previste dalla legge nei confronti delle Autorità Pubbliche di Vigilanza, non opponendo alcun ostacolo all'esercizio delle funzioni delle predette Autorità.

In particolare è fatto divieto di esporre, in tali comunicazioni e nella documentazione trasmessa, fatti non rispondenti al vero oppure occultare fatti concernenti la situazione economica, patrimoniale o finanziaria dell'Azienda; porre in essere qualsiasi comportamento che sia di ostacolo all'esercizio delle funzioni da parte delle Autorità Pubbliche di Vigilanza, anche in sede di ispezione (rifiuti pretestuosi, comportamenti ostruzionistici o di mancata collaborazione); omettere le comunicazioni dovute alle predette Autorità.

Solidarietà&Responsabilità Frantoio Tuscus sostiene iniziative di solidarietà e attività culturali. Un modo di fare impresa che nasce dalla consapevolezza di quanto sia complessa la società in cui operiamo; di quanto siano profondi i cambiamenti intervenuti e di quali conseguenze hanno determinato nella vita dei cittadini.

Oggi è necessario diffondere i valori legati all'impegno per una convivenza sociale giusta e promuovere le virtù civili della solidarietà.



Food for life

La Comunità di Sant'Egidio nasce a Roma nel 1968, all'indomani del Concilio Vaticano II, per iniziativa di Andrea Riccardi che riuniva i suoi compagni di scuola per ascoltare e mettere in pratica il Vangelo. Oggi è una "Associazione pubblica di laici della Chiesa" a cui aderiscono più di 60.000 persone, impegnata nella comunicazione del Vangelo e nella carità a Roma, in Italia e in 73 Paesi dei diversi continenti, con obiettivi semplici e chiari: solidarietà con i poveri, nello spirito evangelico di una Chiesa che è "Chiesa di tutti e particolarmente dei poveri" (Giovanni XXIII); l'ecumenismo, vissuto come amicizia, preghiera e ricerca dell'unità tra i cristiani del mondo intero; il dialogo, indicato dal Concilio Vaticano II come via della pace e della collaborazione tra le religioni, ma anche come stile di vita e come metodo per la riconciliazione nei conflitti.

Food for life è un progetto che coinvolge il mondo dell'agroalimentare, nel sostegno al Programma Dream per la lotta all'Aids e alla Malnutrizione in Africa con un meccanismo semplice: ogni produttore sceglie di legare un proprio prodotto al progetto e di sostenere il programma Dream con un bollino che segnala l'iniziativa.

Frantoio Tuscus con il suo olio con il bollino è parte del paniere dei prodotti Food for life.



La musica va a scuola

DoReMi, le prime note della scala musicale, è il nome ad una bottiglia d'olio particolare per forma, contenuto e funzione.

Lo scopo, per Frantoio Tuscus, è quello di contribuire alla diffusione del progetto “la musica va a scuola” che nasce su ispirazione del maestro Josè Antonio Abreu che nel 1975 a Caracas ha dato vita a “el sistema” un modello di educazione musicale con accesso gratuito e libero per i bambini dei quartieri più poveri della città, con l'obiettivo di aiutarli a diventare delle persone migliori.

A Roma il progetto è realizzato dalla Fondazione Gabriele e Lidia Cusani Onlus che insegna la musica ai 640 bambini della scuola elementare “Basile” del quartiere di Torre Angela.

Cantare e suonare fin da piccoli in una orchestra migliora il comportamento sociale perché la propria singolarità deve imparare a mettersi in relazione con le altre singolarità in modo costruttivo per perseguire insieme un obiettivo comune: l'armonia dell'orchestra.

Una orchestra che rappresenta un esempio di insieme solida dove i componenti sono interdipendenti e dove i più grandi fanno da guida ai più piccoli, dove i più bravi aiutano quelli meno dotati: la cultura del sostegno reciproco che releghi in un angolo la cultura della sopraffazione. Fare musica insieme crea così le condizioni per la conoscenza dei valori fondamentali del vivere civile.

Frantoio Tuscus, con il bollino sulla bottiglia di DoReMi, contribuisce a donare un violino a un bambino.



Associazione 89

L'associazione è impegnata a combattere le diverse forme di emarginazione sociale con un servizio rivolto in particolare ai portatori di handicap. L'obiettivo è quello di realizzare e gestire case-famiglia o comunità residenziali in cui giovani handicappati, prevalentemente psichici, che per la loro condizione non possono vivere nelle loro famiglie, siano facilitati e stimolati nel proprio sviluppo personale e nel processo di integrazione sociale attraverso attività ricreative e culturali.

L'Associazione organizza per i ragazzi attività formative ed occupazionali di tipo agricolo, artigianale, commerciale con il sostegno di operatori che vengono costantemente formati e aggiornati.

Frantoio Tuscus devolve all'associazione il suo 5x1000 e quello dei suoi proprietari.

Fondazione Banco Alimentare

La Fondazione Banco Alimentare Onlus si occupa della raccolta delle eccedenze alimentari da affidare agli Enti caritativi che sostengono un'attività assistenziale verso le persone più indigenti.

Il Banco Alimentare è nato in Italia nel 1989, per iniziativa di don Luigi Giussani, fondatore del movimento Comunione e Liberazione, e di Danilo Fossati, all'epoca patron dell'azienda alimentare Star.

Basata sul concetto di dono e condivisione, l'attività della Fondazione si estrinseca nella raccolta delle eccedenze di produzione alimentare agricola, specificatamente riso, pasta, olio d'oliva, latte.

Frantoio Tuscus contribuisce all'attività della Fondazione con la sua etichetta Tuscus Dop Tuscia.



Fides

“L’imprenditrice dei poveri” così Papa Giovanni XXIII definì Suor Nancy Pereira, una donna straordinaria che ha operato in India, il suo paese, dove le donne ed i bambini sono le principali vittime di profonde discriminazioni, di violenze fisiche e psicologiche che hanno origine prevalentemente nell’ambiente familiare. Nel 1993 a Banagalore nasce Fides con l’obiettivo di sostenere lo sviluppo sociale e culturale delle famiglie dei villaggi e garantire un’adeguata istruzione ai bambini. Suor Nancy opera per l’alfabetizzazione dei bambini ma anche degli adulti, per l’educazione all’igiene delle giovani mamme per la loro tutela e quella dei loro figli, per aiutare le donne a intraprendere una attività produttiva attraverso lo sportello Fondo per i poveri. Un lavoro prevalentemente dedicato alle donne che si integra con il programma di adozioni a distanza.

Tutto questo è possibile con l’aiuto di quanti, nel mondo, credono in questo progetto.

Molti, in Italia, hanno conosciuto e sostenuto Fides grazie al progetto multimediale che la Rai realizzò alla fine degli anni '90 con il film “Un dono semplice”, con il documentario “Il coraggio della dignità” e con il libro edito da Rai Eri. Con la messa in onda su Raidue del film e del documentario furono raccolti i fondi necessari per contribuire alla costruzione di una nuova scuola.

Noi di Frantoio Tuscus, che abbiamo avuto la fortuna di conoscere Suor Nancy e fummo gli autori del progetto multimediale, partecipiamo al programma delle adozioni a distanza.



L'impegno per la cultura

Non c'è valore nel successo economico di una impresa se non c'è anche l'impegno nella formazione culturale. Perché siamo convinti che la cultura rende le persone migliori. E che le imprese possono contribuire ad assolvere a questo compito.



A Frantoio Tuscus abbiamo affiancato Heraion Creative Space, la nostra società di produzione culturale, con la quale, attraverso il cinema, la musica, il teatro, cerchiamo di trasmettere suggestioni ed emozioni.

Il film **Pane e Olio**, una favola sull'amore e sulla morte, dove l'olio e gli olivi diventano simbolo di eternità e speranza.

L'opera **Gabriele e la sua Rosa**, scritta e diretta dal Maestro Carlo Crivelli, è stata realizzata con l'orchestra "Città Aperta" composta da musicisti provenienti da tutta Europa.

Il progetto teatrale **L'olio va in scena**, scritto da Fabrizio Mangoni, che, attraverso parole, musica e tecnologia racconta l'olio, i suoi valori mitici e religiosi, le sue nozze con altri prodotti della terra, la sua produzione e i suoi effetti sulla buona salute.



Finito di stampare
Ottobre 2011
da P.G.E. srl su carta riciclata Symbol Freelife Fedrigoni



FRANTOIO TUSCUS di Giampaolo Sodano & C.
Viale Eugenio IV, 88, 01019 Vetralla (Viterbo)
Tel. 0039 0761 477889 Fax 0039 0761 460433 - e-mail: frantoiotuscia@rdn.it

L'OLIVAIA azienda agricola di Fabrizia Cusani
Località Monte Pietraia, 01036 Nepi (Viterbo)
e-mail: olivaia@rdn.it

www.olivaia.com