
AVVERTENZA:

questo documento contiene link di approfondimento e pertanto se ne consiglia la lettura non su supporto cartaceo ma su computer o altro device connesso a Internet.

STUDIO LEGALE CAROZZI & ASSOCIATI
Via Donatello 19/A – 20131 MILANO

Determina in data 18.11.2021

Adesione al Progetto «ITALIA VIRTUTE (Valuable Identity and Reputation Technologically Unique Trusted Engine)» per rafforzare a costo zero il MOGC 231/2001 di aziende ed enti clienti, trasformando al contempo la compliance degli stessi clienti da centro di costi in inedito centro di ricavi, promuovendo verso i rispettivi stakeholder l'[economia comportamentale](#) con il [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) elaborato dagli algoritmi proprietari MEVALUATE HOLDING Ltd su documenti verificati dalla rete dei Reputation Audit Manager (RAM) aderenti all'Associazione Professionale Auditor Reputazione Tracciabile (APART), vigilata dal Ministero dello Sviluppo Economico ai sensi della Legge 4/2013 (professioni non organizzate in ordini o collegi), e pubblicato dal periodico online CROP NEWS – Cronache Reputazionali Oggettive Personalizzate che valorizza onestà, abilità, competenze e meriti e al contempo abbatte illeciti e inadempimenti delle controparti nei rapporti obbligatori (clienti privati, dipendenti, fornitori, partner) che perdono l'anonimato nella nuova «centrale rischi [onlife](#)». Eventuale «Riconoscimento di affidabilità» da Federazione IConsumatori (Konsumer Italia, A.E.C.I., Assoconfam) o altra associazione di consumatori da selezionare a cura dei clienti.

- 1) valutata la proposta in atti formulata da CROP NEWS (Cronache Reputazionali Oggettive Personalizzate) e MEVALUATE HOLDING Ltd di adesione senza alcun onere al progetto «ITALIA VIRTUTE – Valuable Identity and Reputation Technologically Unique Trusted Engine» (di seguito, in breve «ITALIA VIRTUTE») il cui acronimo sottolinea la sua unicità tecnologica nel calcolare e mettere in valore le singole reputazioni per:**
- i. rafforzare a costo zero il MOGC 231/2001 per costruire l'esimente delle responsabilità di amministratori e manager di aziende ed enti clienti con il [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) dei rispettivi stakeholder (cfr. [Video testimonianze di forze di polizia, magistratura e istituzioni](#))**
 - ii. trasformare la compliance dei clienti da centro di costi in inedito centro di ricavi ricevendo da CROP NEWS l'8% di quanto pagato dagli stakeholder (clienti privati, collaboratori, fornitori) in ordine al rispettivo [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#)¹**
 - iii. prevenire le misure di prevenzione per i clienti con il [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) dei rispettivi stakeholder (cfr. [rassegna stampa Confcommercio Palermo, convegno Palazzo dei Normanni, 1 giugno 2019](#))**
 - iv. garantire gli utenti di servizi di assistenza e ausilio familiare forniti dai clienti con il [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) dei collaboratori previsto dal CCNL sottoscritto il 09.01.2020 da UIL Federazione Poteri Locali (cfr. 1. [CCNL, art. 6, Operatori di Ausilio Familiare](#); 2. [Accenture: Lo studio. Aziende, una miniera in casa conoscere i propri dipendenti fa schizzare in alto i fatturati](#))**
 - v. garantire onestà, abilità, competenze e meriti dei collaboratori dei clienti con il rispettivo [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) da richiedere anche nell'ambito**

¹ [CROP NEWS: Tabella Servizi, Prezzi e Royalty](#)

di accordi sindacali con oneri a carico di impiegati e operai nel segno dello studio Accenture del 04.02.2019 (cfr. 1. [Verbale Assemblea Sindacale 02.12.2019 FILLEA CGIL](#); 2. [Accenture: Lo studio. Aziende, una miniera in casa conoscere i propri dipendenti fa schizzare in alto i fatturati](#))

- vi. **realizzare per i clienti un efficace deterrente di illeciti e inadempimenti nei rapporti obbligatori («centrale rischi» [onlife](#))** con la [clausola contrattuale CROP NEWS](#)
- vii. **promuovere l'economia comportamentale dei clienti** mettendo in campo una nuova strategia per migliorare le decisioni di operatori economici, consumatori e utenti, lavoratori dipendenti, ricorrendo al «**nudge, la spinta gentile**», termine coniato da [Richard H. Thaler, premio Nobel per l'economia 2017](#), per cui i **comportamenti positivi e virtuosi** – testimoniati dal [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) pubblicato dal periodico online CROP NEWS – possono essere incoraggiati non tanto dalla paura di evitare sanzioni, quanto da condizionamenti positivi per cui comportarsi bene diventa «**più conveniente e facile**». È previsto anche un meccanismo di «**premialità reputazionale**» dedicata a chi mette in pratica comportamenti virtuosi. Ad esempio, l'**utilizzo positivo di nuove tecnologie tramite app** può aumentare il punteggio del rating nel campo «lavoro e impegno civile» se l'operatore economico, consumatore/utente utilizza questi strumenti per azioni positive di collaborazione con la controparte contrattuale nei rapporti obbligatori o con l'amministrazione pubblica. ITALIA VIRTUTE promuove lo sviluppo di un modello basato sulla **trasparenza** e si propone come «community» per tutti gli operatori coinvolti, offrendo a ciascun partecipante la possibilità di trarne **concreti vantaggi**:
 - a. Costi molto contenuti¹ per il [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#)
 - b. Esenzione dal bollo – ai sensi dell'art. 27-bis, Tab. B, D.P.R. 642/72 – sui certificati necessari a determinare il [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#)
 - c. Gratuità del [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) per i soggetti economicamente svantaggiati in quanto dei relativi oneri si fa carico CROP NEWS fino ad esaurimento dei fondi disponibili
 - d. Contributi compensativi del 15% di quanto pagato da terzi a CROP NEWS per query L-QU e D-QU¹ finalizzate a conoscerne i rispettivi [rating reputazionali digitalizzati, documentati e tracciabili](#)
 - e. Corrispettivi dell'8% di quanto pagato a CROP NEWS dai rispettivi stakeholder (clienti privati, dipendenti, fornitori, partner) qualora a questi siano stati richiesti i [rating reputazionali digitalizzati, documentati e tracciabili](#)¹
 - f. Sconti e facilitazioni per accesso al credito, stipula di polizze assicurative, acquisto di beni e servizi con pagamento dilazionato, che è possibile ottenere in considerazione dell'abbattimento dei rischi conseguente alla disponibilità del documentato patrimonio informativo risultante dalla query prepagata BIZ-QU¹
- viii. **contrastare con la pubblicazione del [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) le infondate recensioni negative che colpiscono gli operatori economici** (es. HOST BOOKING con recensioni anonime negative pubblicate sulla piattaforma Bookinh.com²; Commercialista Luca COLAROSSO³ con recensione anonima negativa pubblicata sulla piattaforma *Ricericare imprese*; Avvocato Pasquale BLASI⁴ con recensione anonima negativa

² [HOST BOOKING vittime di recensioni anonime negative](#)

³ [Commercialista Luca COLAROSSO: recensione anonima negativa «PESSIMO»](#)

⁴ [Avvocato Pasquale BLASI: recensione anonima negativa «ZERO PROFESSIONALITÀ, ZERO SERIETÀ, PESSIMO»](#)

ix. **mettere all'angolo l'ingegneria reputazionale sul web** che ha dato vita a nuove e lucrose attività professionali come i **reputation manager (non auditor!)**, ovvero [gli smacchiatori del web](#) che si muovono su un terreno ai limiti della legalità, generando anche **false identità**, inondando i siti web di **false recensioni pro e contro**, per gonfiare o deprimere la reputazione propria o altrui, su misura e su ordinazione, al fine di trarne indebiti vantaggi, determinando il cosiddetto **riciclaggio identitario** (cfr. [huffingtonpost.it: «Sos, ho perso la faccia sul web»](https://www.huffingtonpost.it/2015/05/28/Sos-ho-perso-la-faccia-sul-web/) [Viaggio tra le fabbriche della reputazione](#))

- IN CONSIDERAZIONE DI QUANTO SOPRA ILLUSTRATO,
DETERMINA:**

- 3

- di comunicare l'adesione al progetto ITALIA VIRTUTE alle proponenti CROP NEWS, MEVALUATE HOLDING Ltd e ai rispettivi partner (APART e Federazione IConsumatori) nei termini e alle condizioni di cui alla proposta del 15.10.2021 in atti
- di inviare ai media adeguato comunicato stampa
- di pubblicare nella home page del proprio sito web il seguente testo:

Lo STUDIO LEGALE CAROZZI & ASSOCIATI aderisce al progetto ITALIA VIRTUTE. L'accordo firmato in data 11.11.2021 con CROP NEWS consente di promuovere ad ampio spettro verso aziende ed enti clienti l'[economia comportamentale](#) con la richiesta ai rispettivi stakeholder (clienti privati per l'analisi del merito di credito in funzione di pagamenti dilazionati e/o per adeguate verifiche antiriciclaggio, lavoratori dipendenti, fornitori, partner) di analoga adesione a ITALIA VIRTUTE caratterizzata dal [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#), sia per rafforzare senza oneri il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOGC) ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001 in funzione di prevenzione della corruzione e delle infiltrazioni criminali, sia per ottenere il «riconoscimento di affidabilità» da Federazione IConsumatori (Konsumer Italia, A.E.C.I., Assoconfam) o da altre associazioni di consumatori convenzionate.

ALLEGATI:

1. Schema Relazione OdV adottato da aziende ed enti pubblici e privati clienti dello STUDIO LEGALE CAROZZI & ASSOCIATI in ordine al rafforzamento del MOGC 231: adesione a ITALIA VIRTUTE con il [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) di stakeholder
- 1.A COMPLIANCE PREVENTIVA ANTIMAFIA: [rating reputazionale digitalizzato, documentato e tracciabile](#) delle controparti nei rapporti obbligatori (slide 7-17)
- 1.B ESEMPLIFICAZIONE COMPLIANCE: IL CASO UNICREDIT – ANDREA BULGARELLA
2. Descrizione delle attività STUDIO LEGALE CAROZZI & ASSOCIATI nell'ambito dell'adesione a ITALIA VIRTUTE

