

Codice Etico

PubliOne S.r.l. Società Benefit — Agosto 2026

Indice



1. Premessa e finalità



2. Destinatari e ambito di applicazione



3. Principi generali



4. La responsabilità di chi comunica



5. Rapporti con le aziende che ci scelgono



6. Le persone che lavorano con noi



7. Fornitori, partner e catena di fornitura



8. Rapporti con la Pubblica Amministrazione e le istituzioni



9. Omaggi, ospitalità, sponsorizzazioni e liberalità



10. Trasparenza amministrativa, contabile e fiscale



11. Dati personali e sicurezza delle informazioni



12. Ambiente, territorio e beneficio comune



13. Attuazione, segnalazioni e sanzioni



14. Approvazione, diffusione e aggiornamento



1. Premessa e finalità

PubliOne S.r.l. Società Benefit è un'agenzia di marketing strategico e comunicazione integrata. Lavoriamo su mandato di imprese, enti e istituzioni per progettare e realizzare strategie, contenuti, campagne on e off line, pr e ufficio stampa, piani media nazionali e internazionali ed eventi corporate e B2C. È un mestiere che incide sulle scelte delle persone: per questo la qualità di ciò che produciamo non si misura solo in efficacia, ma anche in correttezza.

Il presente Codice Etico raccoglie i valori, i principi e le regole di comportamento che orientano l'attività della società e di chiunque operi in suo nome o per suo conto. Non sostituisce le leggi, i contratti collettivi o le procedure interne: ne integra il rispetto con uno standard di condotta che ci impegniamo ad applicare anche dove la norma lascia margini di discrezionalità.

PubliOne è tra gli associati fondatori di UNA — Aziende della Comunicazione Unite, l'associazione che rappresenta le imprese italiane della comunicazione. Aderiamo al Codice Etico dell'associazione e ne condividiamo i principi: il presente documento li recepisce e li sviluppa, declinandoli nelle procedure, nei ruoli e nelle responsabilità operative della nostra struttura.



Con l'adesione al Codice Etico UNA condividiamo anche le fonti a cui l'associazione si ispira: i principi fondamentali della Costituzione italiana, la Dichiarazione universale dei diritti umani, l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, lo Statuto dell'associazione con i suoi allegati e il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.

Come Società Benefit perseguiamo, accanto all'esercizio dell'attività economica, le finalità di beneficio comune indicate nel nostro statuto, operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e altri portatori di interesse. Il Codice è lo strumento con cui traduciamo quell'impegno statutario in criteri di comportamento

quotidiani, e costituisce il riferimento valoriale a cui si raccordano le procedure interne e le misure di prevenzione dei reati previste dal D.Lgs. 231/2001.



2. Destinatari e ambito di applicazione

Il Codice si applica, senza eccezioni, a:

- soci e componenti dell'organo amministrativo;
- dipendenti e collaboratori a qualsiasi titolo, inclusi tirocinanti e stagisti;
- consulenti, professionisti esterni, freelance, agenzie partner, fornitori e chiunque agisca in nome o per conto della società.

Chi ricopre ruoli di responsabilità ha un dovere aggiuntivo: dare l'esempio, orientare i collaboratori all'osservanza del Codice e assicurarsi che nessun obiettivo di risultato venga percepito come autorizzazione a derogarvi. Nessun comportamento contrario ai principi qui descritti può essere giustificato dal perseguimento di un interesse della società o di un vantaggio per l'azienda che ci ha affidato il lavoro.

L'osservanza del Codice è condizione per l'instaurazione e la prosecuzione dei rapporti di lavoro, di collaborazione e di fornitura. Nei contratti con terzi inseriamo, ove possibile, un richiamo espresso ai principi del Codice.



3. Principi generali

Tutte le attività della società sono improntate ai seguenti principi, che costituiscono il fondamento delle regole di condotta descritte nei capitoli successivi.

- **Legalità.** rispettiamo le leggi, i regolamenti e le norme di autodisciplina applicabili al nostro settore, in Italia e nei Paesi in cui operiamo.
- **Onestà e correttezza.** agiamo in buona fede, mantenendo gli impegni assunti e rifiutando ogni forma di pressione indebita, corruzione o vantaggio ottenuto con mezzi impropri.
- **Trasparenza.** comunichiamo in modo chiaro, completo e verificabile con le aziende che ci scelgono, con le persone, con i fornitori e con le istituzioni, evitando informazioni ambigue o parziali.
- **Centralità della persona.** riconosciamo il valore, la dignità e le competenze di chi lavora con noi e di chi entra in contatto con il nostro lavoro.
- **Riservatezza.** trattiamo le informazioni delle aziende che ci scelgono e dei terzi come un bene affidato in custodia, anche dopo la fine del rapporto.

- **Concorrenza leale.** competiamo sul valore delle nostre proposte, mai attraverso il discredito dei concorrenti, l'appropriazione di idee altrui o accordi illeciti. Sappiamo che concorrere bene richiede anche saper collaborare.
- **Responsabilità verso la comunità e l'ambiente.** consideriamo gli effetti sociali e ambientali delle nostre scelte parte integrante della loro qualità, coerentemente con la nostra natura di Società Benefit.
- **Filiera italiana.** privilegiamo prodotti e lavorazioni realizzati in Italia. Riconosciamo valore alla filiera nazionale, alla sua tracciabilità e al lavoro che vi è impiegato, e ne teniamo conto in ogni decisione di acquisto e di produzione.
- **Competenza professionale.** accettiamo solo incarichi che siamo in grado di svolgere con diligenza e competenza.



4. La responsabilità di chi comunica

La comunicazione commerciale è il nostro prodotto principale ed è anche l'ambito in cui i nostri comportamenti hanno l'impatto più ampio. Ci impegniamo perciò a rispettare, oltre alle norme di legge, il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e le pronunce dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, la disciplina sulle pratiche commerciali scorrette e il Codice Etico di UNA — Aziende della Comunicazione Unite, associazione di cui siamo associati fondatori.

4.1 Veridicità e riconoscibilità

- **Messaggi verificabili.** ogni affermazione contenuta in un messaggio deve essere veritiera e documentabile. Prima della diffusione richiediamo all'azienda le evidenze a supporto dei claim e non pubblichiamo messaggi che sappiamo o abbiamo ragione di ritenere ingannevoli.
- **Chiarezza sulla natura del messaggio.** la comunicazione a fini commerciali deve essere sempre distinguibile dal contenuto editoriale. Appliciamo questo criterio ai contenuti nativi, alle collaborazioni con creator e influencer e a ogni forma di contenuto sponsorizzato, richiedendo l'uso di indicazioni chiare e visibili.
- **Nessuna manipolazione.** non ricorriamo a recensioni, commenti, follower o interazioni non autentici, né a tecniche che sfruttano la disattenzione o la scarsa alfabetizzazione digitale del pubblico.

4.2 Rispetto delle persone e dei pubblici sensibili

- **Dignità e non discriminazione.** non produciamo messaggi che offendono la dignità della persona o che veicolano discriminazioni di genere, età, origine, orientamento, convinzioni personali o condizione fisica.
- **Rappresentazioni.** prestiamo attenzione critica agli stereotipi, anche quando ricorrenti nel linguaggio di settore, e proponiamo rappresentazioni alternative quando riteniamo

che il messaggio possa risultare lesivo. L'attenzione riguarda i generi e gli orientamenti, i gruppi etnici e linguistici, le minoranze, le categorie professionali, le fasce d'età e le provenienze geografiche.

- **Minori e pubblici vulnerabili.** adottiamo cautela rafforzata quando la comunicazione si rivolge a minori o li rappresenta, e quando può raggiungere pubblici in condizione di fragilità.

4.3 Ambiti regolamentati e claim di sostenibilità

- **Settori regolamentati.** nei settori soggetti a disciplina speciale — salute, dispositivi medici, integratori e alimenti, prodotti finanziari, giochi, bevande alcoliche — verifichiamo preventivamente i vincoli applicabili e le eventuali autorizzazioni necessarie, avvalendoci se serve di pareri specialistici.
- **Nessun greenwashing.** le affermazioni ambientali e sociali sono formulate in modo specifico, riferite a evidenze verificabili e non generiche. Rifiutiamo di costruire messaggi che attribuiscono a un prodotto o a un'organizzazione meriti di sostenibilità non dimostrati.

4.4 Proprietà intellettuale e strumenti di lavoro

- **Diritti dei terzi.** utilizziamo immagini, filmati, musiche, font, software e archivi solo entro i limiti delle licenze acquisite, conservando evidenza dei diritti d'uso e dei relativi termini. Non riproduciamo opere, marchi o formati altrui senza autorizzazione.
- **Originalità.** il lavoro che presentiamo come nostro è nostro.
- **Intelligenza artificiale.** i sistemi di intelligenza artificiale generativa sono strumenti di supporto, mai sostitutivi della responsabilità professionale. Ne dichiariamo l'impiego all'azienda quando rilevante per la natura o l'utilizzo del materiale, verifichiamo sempre l'output prima della consegna e utilizziamo esclusivamente sistemi con licenza professionale, che non impiegano per l'addestramento dei modelli i contenuti che vi inseriamo, e per ulteriore sicurezza non vi immettiamo dati sensibili né informazioni riservate di terzi.

4.5 Dati, misurazione e pianificazione mezzi

- **Rendicontazione fedele.** i dati di monitoraggio e i risultati di campagna riportati nei report sono quelli effettivamente rilevati, con indicazione delle fonti e del perimetro di misurazione. Non selezioniamo le metriche allo scopo di rendere un risultato più favorevole di quanto sia.
- **Media planning.** le scelte di pianificazione rispondono agli obiettivi dell'azienda e a criteri dichiarati di miglior efficienza ed economicità. Siamo una società indipendente, in quanto non siamo legati ad alcuna quota di mercato né ad alcun concessionario di vendita. Scegliamo sempre le migliori condizioni per l'azienda, in funzione degli obiettivi e dei KPI determinati insieme a essa.



5. Rapporti con le aziende che ci scelgono

Selezione degli incarichi. Valutiamo ogni incarico anche sotto il profilo della compatibilità con i principi del Codice. Rinunciamo a mandati che richiederebbero comportamenti contrari a questi principi, anche a costo di perdere un'opportunità commerciale.

Conflitti di interesse. Prima di accettare un nuovo incarico verifichiamo l'esistenza di rapporti in corso con imprese direttamente concorrenti. In presenza di una potenziale sovrapposizione informiamo preventivamente le aziende interessate e, in funzione della loro valutazione, adottiamo misure di separazione dei team e delle informazioni oppure rinunciamo all'incarico.

Riservatezza. Strategie, dati, listini, risultati e progetti delle aziende che ci scelgono sono informazioni riservate. Non li condividiamo all'esterno, non li utilizziamo a vantaggio di altre aziende e non li citiamo in presentazioni o materiali promozionali senza autorizzazione scritta. L'obbligo permane dopo la conclusione del rapporto.

Chiarezza economica. I preventivi indicano con precisione l'oggetto della prestazione, i costi vivi e i compensi. Le variazioni di perimetro sono concordate e formalizzate prima dell'esecuzione.

Promesse realistiche. Non garantiamo risultati che non dipendono da noi né presentiamo previsioni come certezze. Preferiamo un obiettivo condiviso e sostenibile a un'aspettativa che sappiamo non raggiungibile.



6. Le persone che lavorano con noi

Selezione e crescita. Selezioniamo e valutiamo le persone in base a competenze, merito e potenziale, con criteri resi noti agli interessati. Investiamo nella formazione e nell'aggiornamento professionale come condizione della qualità del nostro lavoro.

Pari opportunità. Non ammettiamo discriminazioni fondate su genere, età, origine, disabilità o condizioni personali e familiari, né in fase di selezione né nella gestione dei percorsi professionali.

Diversità e inclusione. Assicuriamo pari opportunità, pari politiche retributive e pari percorsi di crescita. Favoriamo l'inserimento di persone in condizione di fragilità e la presenza, nella nostra struttura, della varietà di provenienze e di percorsi che esiste nella società. Formiamo con continuità chi lavora con noi su questi temi, perché sappia trattarli con consapevolezza nei rapporti interni, con i fornitori e nel lavoro per le aziende che ci scelgono.

Ambiente di lavoro. Ogni forma di molestia, aggressione verbale, isolamento sistematico o abuso di posizione è incompatibile con la permanenza in azienda. Chi subisce o assiste a comportamenti di questo tipo può utilizzare i canali di segnalazione descritti al capitolo 13.

Salute e sicurezza. Applichiamo la normativa vigente in materia di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e ne estendiamo l'attenzione alle attività fuori sede, in particolare agli allestimenti, ai montaggi e alla gestione degli eventi: verifiche preventive sui luoghi, coordinamento con i fornitori tecnici, rispetto dei piani di sicurezza e delle capienze autorizzate. Nessuna esigenza di tempo o di budget giustifica una deroga.

Regolarità dei rapporti. Ogni prestazione è regolata da un contratto conforme alla sua natura effettiva, con retribuzione e trattamenti previsti dalle norme e dal contratto collettivo applicato. Non ricorriamo a forme contrattuali improprie per ridurre i costi.

Beni e strumenti aziendali. Dispositivi, licenze, archivi e credenziali sono affidati per finalità professionali. Ne è vietato l'uso per scopi illeciti o estranei all'attività; le credenziali sono personali e non condivisibili.

Lucidità operativa. Durante l'attività lavorativa, e in particolare nella conduzione di eventi e nella guida di veicoli aziendali, non è ammesso operare in stato alterato da alcol o sostanze.



7. Fornitori, partner e catena di fornitura

La qualità di un progetto dipende anche da chi lo realizza con noi. La selezione dei fornitori segue criteri oggettivi e documentabili.

- **Criteri di scelta:** competenza tecnica, affidabilità, qualità del servizio, congruità economica, capacità di rispettare i tempi;
- **Requisiti:** regolarità contributiva e assicurativa, conformità in materia di sicurezza, rispetto delle norme sul lavoro;
- **Preferenza:** attenzione crescente ai criteri di sostenibilità ambientale e sociale, coerentemente con le finalità di beneficio comune. Riconosciamo valore a cooperative sociali, società benefit e imprese con certificazione etica o ambientale.

Nessun fornitore riceve trattamenti privilegiati in ragione di rapporti personali, di pressioni interne o di utilità offerte. Chi si trovi in una situazione di potenziale conflitto di interessi nella selezione è tenuto a dichiararla e ad astenersi dalla decisione.

Nelle attività che comportano appalti, subappalti o allestimenti verifichiamo la regolarità della catena di fornitura e la conformità dei mezzi e del personale impiegato. Rispettiamo i termini di pagamento concordati e non utilizziamo la posizione contrattuale per imporre condizioni ingiustificatamente onerose.

Produzione in Italia. Nella realizzazione di materiali, allestimenti, stampati, gadget e prodotti promozionali privilegiamo la produzione in Italia e la filiera corta. A parità di budget preferiamo una quantità inferiore realizzata in Italia a una quantità superiore prodotta altrove: mille bandiere italiane realizzate in Italia valgono per noi più di cinquemila prodotte in un altro

Paese. La scelta risponde a ragioni di qualità, tracciabilità della filiera, tutela del lavoro, riduzione dell'impatto del trasporto e coerenza tra ciò che comunichiamo e ciò che acquistiamo.

Confronto con l'azienda. Quando una richiesta non è realizzabile in Italia nei tempi o nei costi indicati, ne esplicitiamo le implicazioni e presentiamo il confronto con l'alternativa nazionale, lasciando all'azienda una scelta informata. Se la fornitura estera resta l'unica praticabile, richiediamo evidenza della tracciabilità della catena produttiva e della conformità del fornitore alle norme in materia di lavoro, sicurezza e ambiente.

Chiediamo ai fornitori e ai partner di condividere i principi di questo Codice e di non tenere, nell'esecuzione delle attività per nostro conto, comportamenti che sarebbero vietati a noi.



8. Rapporti con la Pubblica Amministrazione e le istituzioni

I rapporti con enti pubblici, autorità e soggetti che esercitano pubbliche funzioni sono tenuti esclusivamente da chi ne ha formale incarico e sono improntati a correttezza, tracciabilità e collaborazione.

- **Divieto assoluto.** è vietato offrire, promettere o dare denaro, beni, servizi, opportunità professionali o altre utilità a pubblici ufficiali, incaricati di pubblico servizio o loro familiari, allo scopo di ottenere o mantenere un vantaggio. Il divieto vale anche se attuato tramite intermediari.
- **Gare e affidamenti.** nelle procedure a evidenza pubblica rispettiamo le regole di gara, presentiamo dichiarazioni veritiere e non partecipiamo ad accordi collusivi o a spartizioni con altri operatori.
- **Contributi pubblici.** i contributi, i finanziamenti e le agevolazioni pubbliche sono richiesti sulla base di dati veritieri e impiegati esclusivamente per le finalità per cui sono stati concessi.
- **Autorità di vigilanza e giudiziarie.** in caso di verifiche, ispezioni o procedimenti prestiamo piena collaborazione. È vietato ostacolare l'attività di controllo, occultare documenti o rendere dichiarazioni non veritiere.



9. Omaggi, ospitalità, sponsorizzazioni e liberalità

- **Omaggi e ospitalità.** gli omaggi che persone, aziende partner o fornitori indirizzano a chi lavora in PubliOne sono accettati a esclusivo beneficio della Società e mai del singolo. Vengono raccolti dall'amministrazione e messi in condivisione per la tombola della riunione augurale di fine anno: un risultato non è mai il lavoro di una persona sola ma dell'intero gruppo, e ciò che entra in azienda torna a tutto il gruppo. Vanno invece rifiutati gli omaggi di valore tale da poter essere interpretati come strumento per

ottenere un vantaggio indebito; non è mai ammessa la dazione o l'accettazione di denaro.

- **Rappresentanza.** le spese di viaggio, vitto e alloggio per le aziende partner o per terzi sono ammesse quando funzionali all'attività, documentate e autorizzate secondo le procedure interne.
- **Sponsorizzazioni e liberalità.** sponsorizzazioni, donazioni e contributi sono deliberati dall'organo amministrativo, destinati a soggetti e iniziative identificabili e coerenti con le finalità di beneficio comune, e non possono essere utilizzati per aggirare i divieti di questo capitolo.
- **Rapporti politici.** non eroghiamo contributi a partiti, movimenti o comitati politici, né a loro rappresentanti o candidati. Le opinioni politiche delle persone che lavorano con noi restano una loro libera scelta individuale, da non esprimere in nome della società.



10. Trasparenza amministrativa, contabile e fiscale

Ogni operazione è registrata in modo veritiero, completo e tempestivo, ed è supportata da documentazione adeguata e conservata. Chi rileva omissioni, falsificazioni o irregolarità nelle registrazioni è tenuto a segnalarle.

- **Prevenzione del riciclaggio.** verifichiamo l'identità e l'affidabilità delle controparti commerciali, non accettiamo né effettuiamo pagamenti in contanti oltre i limiti di legge e non eseguiamo operazioni prive di giustificazione economica o con destinatari diversi dalla controparte contrattuale.
- **Adempimenti fiscali e contributivi.** adempiamo con correttezza agli obblighi fiscali, previdenziali e contributivi. Non ricorriamo a operazioni prive di sostanza economica finalizzate a ottenere vantaggi fiscali indebiti.
- **Correttezza societaria.** i rapporti con soci, organi sociali e revisori sono basati su informazioni complete e veritiere. Sono vietati atti che possano ledere l'integrità del capitale sociale o l'affidabilità dell'informazione societaria.



11. Dati personali e sicurezza delle informazioni

Trattiamo dati personali per conto nostro e per conto delle aziende a cui diamo i nostri servizi: liste di invito, anagrafiche di partecipanti, database di contatti, materiali fotografici e video realizzati durante gli eventi. Ogni trattamento avviene nel rispetto del Regolamento UE 2016/679 e della normativa nazionale applicabile.

- **Minimizzazione e finalità.** raccogliamo solo i dati necessari alla finalità dichiarata, li conserviamo per il tempo strettamente utile e non li riutilizziamo per scopi diversi da quelli per cui sono stati raccolti.

- **Ruoli.** quando operiamo come responsabili del trattamento agiamo secondo le istruzioni documentate dell'azienda titolare; quando ci avvaliamo di fornitori tecnologici verifichiamo che offrano garanzie adeguate.
- **Immagini e riprese.** acquisiamo le liberatorie necessarie per l'utilizzo di immagini e riprese che ritraggono persone identificabili, con particolare attenzione ai minori.
- **Sicurezza.** proteggiamo dispositivi, accessi e archivi con misure adeguate; segnaliamo tempestivamente ogni sospetta violazione o perdita di dati al referente interno, per consentire le valutazioni e le notifiche previste dalla legge.



12. Ambiente, territorio e beneficio comune

La qualifica di Società Benefit comporta l'obbligo di perseguire le finalità di beneficio comune indicate nello statuto e di rendicontarne annualmente il perseguimento attraverso la relazione d'impatto, redatta secondo uno standard di valutazione esterno e allegata al bilancio.

- **Impatti operativi.** riduciamo progressivamente i consumi di energia, carta e materiali; privilegiamo allestimenti riutilizzabili, noleggio e riduzione degli sprechi nella gestione degli eventi; gestiamo correttamente la raccolta differenziata anche nelle location temporanee.
- **Filiera.** consideriamo la produzione in Italia, la prossimità geografica e la responsabilità sociale dei fornitori tra i criteri di scelta, a parità di qualità e affidabilità. La filiera corta riduce l'impatto del trasporto e sostiene l'economia dei territori in cui operiamo.
- **Comunità.** mettiamo competenze di comunicazione a disposizione di iniziative di interesse collettivo del territorio in cui operiamo, secondo criteri deliberati dall'organo amministrativo.
- **Trasparenza dell'impatto.** rendiamo pubblici i risultati raggiunti e gli obiettivi mancati, senza rappresentazioni migliorative.



13. Attuazione, segnalazioni e sanzioni

Responsabilità. L'organo amministrativo assicura l'attuazione del Codice, ne promuove la conoscenza e ne verifica periodicamente l'adequatezza. Ove sia adottato un Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, la vigilanza sull'osservanza del Codice è affidata anche all'Organismo di Vigilanza.

Segnalazioni. Chiunque venga a conoscenza di violazioni, anche solo potenziali, del Codice o della normativa applicabile può segnalarle attraverso il canale interno dedicato, in forma nominativa o anonima.

Le segnalazioni possono essere trasmesse all'indirizzo amministrazione@publione.it. La ricezione e la trattazione sono riservate alle persone espressamente incaricate; quando la segnalazione riguarda una di esse, la gestione è rimessa direttamente all'organo amministrativo.

Tutela di chi segnala. L'identità del segnalante e il contenuto della segnalazione sono trattati con riservatezza, nei limiti e con le tutele previste dal D.Lgs. 24/2023. È vietata ogni forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione nei confronti di chi effettua una segnalazione in buona fede, anche se la segnalazione dovesse rivelarsi infondata. Sono invece sanzionabili le segnalazioni effettuate con dolo o colpa grave.

Istruttoria. Le segnalazioni sono esaminate tempestivamente, con il coinvolgimento delle funzioni competenti e l'esclusione di chi si trovi in conflitto di interessi. All'interessato è garantito il contraddittorio prima dell'adozione di provvedimenti.

Vigilanza associativa. In quanto associati fondatori di UNA sottoscriviamo il Codice Etico dell'associazione e ne rispondiamo anche davanti al suo Collegio dei Probiviri, secondo quanto previsto dallo Statuto UNA.

Sanzioni. L'inosservanza del Codice costituisce inadempimento e comporta: per i dipendenti, l'applicazione delle sanzioni disciplinari previste dalla legge e dal contratto collettivo applicato, nel rispetto dell'art. 7 dello Statuto dei lavoratori; per collaboratori, consulenti, fornitori e partner, l'applicazione delle clausole contrattuali fino alla risoluzione del rapporto; per i componenti dell'organo amministrativo, i provvedimenti di competenza dell'assemblea. Resta salvo il risarcimento dei danni.

Valore contrattuale. Il Codice costituisce parte integrante delle obbligazioni contrattuali dei destinatari, in relazione all'art. 2104 del codice civile per i dipendenti e alle clausole di rinvio inserite nei contratti con i terzi.



14. Approvazione, diffusione e aggiornamento

L'adesione della Società ai principi etici del settore risale alla costituzione di UNA — Aziende della Comunicazione Unite, di cui PubliOne è tra gli associati fondatori, e al Codice Etico dell'associazione. Il presente documento ne costituisce il recepimento e lo sviluppo a livello aziendale.

Il presente Codice Etico è stato letto e approvato dal gruppo di lavoro costituito da Simona Massi, amministrazione; Sara Serafini, chief operating officer; Roberta Gasperoni, strategic planner, con il supporto di Alberto Piraccini, commercialista della Società. È stato approvato dall'amministratore Loris Zanelli in data 31 agosto 2026.

I valori qui raccolti sono stati illustrati e condivisi con l'intera struttura da Loris Zanelli nella riunione plenaria del 1° settembre 2026.

Il Codice è pubblicato sul sito istituzionale della società, consegnato alle persone in fase di inserimento e messo a disposizione delle aziende che ci scelgono, dei fornitori e dei partner. Ne curiamo la diffusione anche attraverso momenti di formazione interna.

Il documento è sottoposto a revisione almeno ogni tre anni e comunque ogni volta che intervengano modifiche normative rilevanti, cambiamenti significativi nell'organizzazione o nelle attività della società, oppure indicazioni emerse dalla gestione delle segnalazioni. Le modifiche sono approvate dall'organo amministrativo e portate a conoscenza dei destinatari.



PUBLIONE

PARTNER STRATEGICO D'IMPRESA
SOCIETÀ BENEFIT