

ESO
CODICE ETICO
Principi condivisi dalle Società ESO

Versione 1.0 – Edizione 2026

8 luglio 2026

CONTROLLO DEL DOCUMENTO

Titolo	Codice Etico – Principi condivisi dalle Società ESO
Versione	Versione 1.0
Data	8 luglio 2026
Stato	Documento ufficiale
Ambito	Società che adottano il Codice e soggetti destinatari, secondo quanto definito nel presente documento

Il presente Codice Etico fa parte di un sistema coordinato di documenti aziendali. Le Società che lo adottano mantengono piena autonomia societaria, proprietaria, amministrativa e operativa, ma scelgono di condividere principi, valori e standard di comportamento comuni.

- Volume 1 – Corporate Identity & Communication Manual: definisce identità, stile, immagine e regole di comunicazione.
- Volume 2 – Corporate Rules & Internal Procedures Manual: definisce regole operative, responsabilità e procedure interne.
- Volume 3 – Codice Etico: definisce principi, valori e responsabilità condivise dalle Società che lo adottano.

INDICE

1. Messaggio del Founder
2. Scopo e funzione del Codice
3. Ambito di applicazione e destinatari
4. Identità e responsabilità delle Società
5. I nostri valori
6. Persone, dignità e ambiente di lavoro
7. Salute, sicurezza e benessere organizzativo
8. Ambiente, economia circolare e generazioni future
9. Clienti e qualità delle relazioni
10. Fornitori, partner e filiera
11. Integrità, legalità e prevenzione della corruzione
12. Conflitti di interesse, omaggi e ospitalità
13. Rapporti con istituzioni e Pubblica Amministrazione
14. Informazioni, riservatezza, dati e strumenti digitali
15. Patrimonio aziendale e utilizzo responsabile delle risorse
16. Comunicazione, reputazione e rappresentanza delle Società
17. Segnalazioni e tutela di chi segnala
18. Attuazione, responsabilità e aggiornamento del Codice
- Allegato A – Principi in pratica
- Allegato B – Relazione con gli altri manuali delle Società

1. MESSAGGIO DEL FOUNDER

ESO nasce nel 1999 dalla convinzione che fare impresa significhi assumersi una responsabilità che va oltre il risultato economico. Nasce per affrontare un problema ambientale concreto: organizzare in modo efficiente e responsabile la gestione dei rifiuti prodotti negli uffici. Da quella prima esigenza si è sviluppato nel tempo un sistema di servizi, logistica e soluzioni ambientali capace di operare in tutta Italia e di aprire nuove strade nei settori dello sport, della moda, dei dispositivi di protezione individuale, della consulenza e dei servizi digitali.

Nel corso degli anni siamo cresciuti, abbiamo creato nuove Società, nuove attività e nuovi progetti, in Italia e all'estero. Queste realtà non hanno tutte lo stesso assetto proprietario o la stessa governance, ma condividono una cultura imprenditoriale fondata sulla responsabilità, sull'innovazione e sulla volontà di produrre un beneficio concreto. Siamo diventati più numerosi e più complessi: proprio per questo abbiamo bisogno di principi comuni chiari, comprensibili e applicabili ogni giorno.

Il presente Codice Etico nasce per questo. Non vuole essere una raccolta di formule generiche né un documento destinato a rimanere in un archivio. Vuole essere un riferimento concreto per le scelte quotidiane, per i rapporti tra colleghi, per le relazioni con Clienti e Fornitori e per il modo in cui rappresentiamo le Società nel mondo.

Crediamo nel rispetto, nella responsabilità personale, nella trasparenza, nella concretezza, nella collaborazione e nella capacità di innovare. L'innovazione è sempre stata parte del nostro modo di lavorare: spesso siamo stati considerati molti anni avanti rispetto al mercato, e continuiamo a cercare soluzioni nuove quando possono creare un vantaggio reale per l'ambiente, per i Clienti, per i territori e per le persone. Crediamo che l'economia circolare non sia uno slogan, ma un lavoro quotidiano fatto di competenza, logistica, ricerca, tracciabilità e capacità di trasformare problemi complessi in soluzioni concrete.

A ogni persona che lavora con noi chiediamo professionalità, cura, senso di responsabilità e disponibilità a collaborare. Condividere le informazioni utili, aiutarsi, rispettare i ruoli e non lasciare un Collega solo davanti a un problema sono parte del nostro modo di lavorare. In cambio, le Società devono offrire rispetto, chiarezza, ascolto e possibilità di crescita. Le regole sono necessarie, ma diventano cultura aziendale solo quando vengono comprese, condivise e applicate con coerenza.

Questo Codice è quindi un impegno reciproco. È il modo con cui diciamo chi siamo e quale impresa vogliamo continuare a costruire insieme.

Nicolas Meletiou

Founder & Managing Director

2. SCOPO E FUNZIONE DEL CODICE

Il Codice Etico definisce i principi e i valori che orientano le decisioni, i comportamenti e le relazioni delle Società. Esso rappresenta un riferimento comune per agire con coerenza, correttezza e responsabilità, anche nei casi in cui una situazione concreta non sia disciplinata nel dettaglio da una procedura interna.

Il Codice non sostituisce la legge, i contratti, le procedure, i regolamenti o le responsabilità attribuite ai singoli ruoli. Li integra definendo il quadro di valori entro il quale le attività devono essere svolte.

Quando una regola operativa è contenuta nel Corporate Rules & Internal Procedures Manual o in una procedura specifica, tale regola deve essere applicata. Quando invece una situazione richiede valutazione, il presente Codice aiuta a individuare il comportamento coerente con l'identità e gli interessi legittimi delle Società.

3. AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI

Il Codice è rivolto, secondo il rispettivo rapporto con le Società, agli amministratori, ai dirigenti, ai dipendenti, ai collaboratori, ai consulenti e a tutti coloro che agiscono in nome, per conto o nell'interesse di una delle Società.

Le Società promuovono inoltre la conoscenza dei principi del Codice presso Fornitori, partner e altri soggetti con i quali instaurano relazioni professionali, chiedendo comportamenti compatibili con i principi di legalità, integrità, rispetto delle persone e tutela dell'ambiente.

Ogni destinatario è responsabile del proprio comportamento. La responsabilità non può essere trasferita ad altri invocando consuetudini, pressioni operative, obiettivi economici o istruzioni manifestamente contrarie alla legge, al presente Codice o alle procedure aziendali.

4. IDENTITÀ E RESPONSABILITÀ DELLE SOCIETÀ

Le Società ESO comprendono realtà e attività differenti ma accomunate da una stessa visione: generare valore attraverso servizi, tecnologie, processi e progetti capaci di coniugare efficacia economica, innovazione, responsabilità sociale e tutela dell'ambiente.

Per le realtà che hanno assunto la forma di Società Benefit, l'impegno alla creazione di beneficio comune è parte integrante dell'identità aziendale. Più in generale, tutte le Società che adottano il presente Codice riconoscono il valore di iniziative capaci di coniugare sostenibilità economica, tutela dell'ambiente, attenzione alle persone e contributo positivo alle comunità.

La crescita nazionale e internazionale amplia questa responsabilità. Ogni Società risponde delle proprie scelte e attività secondo il proprio ordinamento e la propria governance, ma il presente Codice offre un riferimento comune per i comportamenti, le relazioni e le decisioni.

5. I NOSTRI VALORI

Responsabilità

Agiamo sapendo che ogni decisione produce conseguenze economiche, organizzative, umane e ambientali. Ciascuno è chiamato a prendersi cura del proprio lavoro, delle informazioni ricevute, delle risorse affidate e degli impegni assunti.

Rispetto

Riconosciamo il valore delle persone, del lavoro altrui, del tempo, delle differenze e delle regole. Il rispetto si manifesta nel linguaggio, nei comportamenti, nella puntualità, nell'ascolto e nella capacità di affrontare i problemi con fermezza, chiarezza e rispetto.

Trasparenza

Comunichiamo in modo chiaro e veritiero. Non nascondiamo errori, criticità o conflitti di interesse. Le informazioni devono essere complete e proporzionate alle responsabilità di chi deve decidere.

Concretezza

Misuriamo il valore delle idee nella loro capacità di diventare azioni, risultati e miglioramenti reali. Evitiamo promesse prive di basi, sovrastrutture inutili e comunicazioni che non corrispondano alla realtà.

Innovazione

L'innovazione fa parte della nostra storia. Cerchiamo soluzioni nuove e miglioriamo quelle esistenti, con particolare attenzione alle innovazioni che possono generare benefici concreti per l'ambiente e per le persone. Essere avanti significa osservare problemi che altri non vedono ancora, sperimentare con metodo, imparare dagli errori e trasformare idee, ricerca e competenze in applicazioni reali.

Collaborazione

La collaborazione richiede circolazione corretta delle informazioni, disponibilità reciproca e rispetto dei ruoli. I Colleghi sono tenuti a condividere tempestivamente le informazioni utili al lavoro degli altri, a chiedere supporto quando necessario e a offrire aiuto quando le proprie competenze possono contribuire alla soluzione di un problema. Evitare triangolazioni, silenzi e passaggi incompleti di informazioni è una responsabilità professionale.

Tutela dell'ambiente

La tutela dell'ambiente è parte integrante della nostra identità e del nostro lavoro. Per noi significa conoscenza tecnica, legalità, tracciabilità, recupero di materia, riduzione degli sprechi e ricerca continua di soluzioni migliori.

Cura delle persone

La crescita aziendale non può essere separata dalla qualità delle relazioni e dall'attenzione alle persone. Promuoviamo un ambiente nel quale le persone siano responsabilizzate, ascoltate, formate e messe nelle condizioni di svolgere bene il proprio lavoro. Riconosciamo il valore della famiglia e prestiamo particolare attenzione alle esigenze dei genitori e dei bambini, nella convinzione che le responsabilità familiari meritino ascolto, flessibilità e rispetto.

6. PERSONE, DIGNITÀ E AMBIENTE DI LAVORO

Le Società riconoscono la dignità di ogni persona e richiedono relazioni professionali fondate su rispetto, correttezza e responsabilità. Non sono tollerati comportamenti discriminatori, molestie, minacce, intimidazioni, umiliazioni, aggressioni verbali o fisiche e, più in generale, condotte incompatibili con un ambiente di lavoro rispettoso.

Le decisioni riguardanti selezione, inserimento, formazione, crescita e valutazione devono essere fondate su esigenze organizzative, competenze, risultati, comportamenti professionali e potenziale, evitando favoritismi e discriminazioni.

Le Società promuovono l'inclusione lavorativa e riconoscono il valore delle differenze. Quando compatibile con le attività e con la sicurezza, sostengono percorsi di inserimento e collaborazione capaci di offrire opportunità anche a persone con disabilità o con differenti bisogni di supporto, valorizzandone capacità, autonomia e contributo professionale.

Il confronto, anche acceso, può essere parte della vita aziendale, ma deve riguardare fatti, decisioni e comportamenti professionali. Il dissenso non deve trasformarsi in attacco personale. Allo stesso modo, la cortesia non può essere utilizzata come motivo per evitare di affrontare problemi reali o di assumere decisioni necessarie.

Chi coordina altre persone ha una responsabilità ulteriore: dare indicazioni chiare, stabilire priorità, ascoltare, correggere con rispetto, evitare ordini contraddittori e creare le condizioni perché i collaboratori possano comprendere il proprio ruolo e rispondere dei risultati attesi.

L'attenzione alla persona comprende anche il rispetto delle responsabilità familiari. Le Società riconoscono che, soprattutto quando un bambino ha bisogno della presenza di un genitore, la vita aziendale deve saper reagire con umanità, fiducia e buon senso, compatibilmente con le necessità organizzative e con le regole applicabili.

7. SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE ORGANIZZATIVO

La tutela della salute e della sicurezza costituisce una responsabilità condivisa. Le Società si impegnano a predisporre ambienti, strumenti, procedure, formazione e controlli coerenti con le attività svolte. Ogni persona è tenuta a rispettare le regole, utilizzare correttamente dispositivi e attrezzature, segnalare condizioni di pericolo e non intervenire autonomamente su impianti o sistemi per i quali non sia autorizzata.

La sicurezza non riguarda soltanto il rispetto formale delle prescrizioni. Comprende la qualità dell'organizzazione del lavoro, la chiarezza delle responsabilità, la prevenzione di comportamenti imprudenti e la capacità di segnalare problemi prima che diventino incidenti.

Le Società promuovono un ambiente organizzativo nel quale l'impegno sia accompagnato da attenzione alle persone, ai carichi di lavoro, alla corretta pianificazione e alla necessità di evitare disordine operativo e urgenze create da mancanza di comunicazione.

8. AMBIENTE, ECONOMIA CIRCOLARE E GENERAZIONI FUTURE

La protezione dell'ambiente è una responsabilità primaria e costituisce una componente essenziale della nostra identità imprenditoriale. Dal 1999 l'attività si è sviluppata partendo dai rifiuti generati negli uffici e ampliandosi progressivamente alla logistica ambientale nazionale, allo sport, alla moda, ai dispositivi di protezione individuale, alla consulenza e ai servizi digitali. La crescita economica e il profitto sono condizioni necessarie per la solidità dell'impresa, ma devono accompagnarsi alla capacità di generare azioni concrete di sostenibilità, innovazione ambientale e beneficio per le persone e le comunità.

Le Società rifiutano ogni forma di greenwashing. Le dichiarazioni ambientali devono essere supportate da dati, documenti, metodologie o evidenze coerenti con la natura della comunicazione. Non devono essere utilizzate formulazioni che possano indurre Clienti, partner o pubblico a credere che un beneficio ambientale sia maggiore, più certo o più esteso di quanto realmente dimostrabile.

Nelle proprie decisioni le Società promuovono, per quanto concretamente applicabile:

- la prevenzione della produzione di rifiuti e la riduzione degli sprechi;
- il riutilizzo, la preparazione per il riutilizzo, il recupero e il riciclo secondo la natura dei materiali e le possibilità tecniche disponibili;
- la ricerca di sbocchi industriali trasparenti e verificabili;
- la progettazione di prodotti e applicazioni capaci di valorizzare materie recuperate;
- la collaborazione con imprese, enti, università, territori e comunità;

- la misurazione e la comunicazione responsabile dei risultati ambientali e sociali.

9. CLIENTI E QUALITÀ DELLE RELAZIONI

Il rapporto con i Clienti si fonda su competenza, affidabilità e chiarezza. Ogni proposta commerciale, tecnica o organizzativa deve essere coerente con ciò che le Società sono effettivamente in grado di realizzare, direttamente o attraverso partner qualificati.

Non devono essere promessi tempi, prestazioni, risultati o condizioni che non siano stati valutati o autorizzati. Eventuali criticità devono essere comunicate tempestivamente alle funzioni responsabili e gestite con l'obiettivo di risolvere il problema, tutelare il rapporto e prevenire il ripetersi della causa.

Le informazioni riservate del Cliente devono essere utilizzate esclusivamente per le finalità professionali per le quali sono state ricevute e protette con la stessa cura richiesta per le informazioni delle Società.

Le Società considerano i reclami, le anomalie e i feedback strumenti di miglioramento. Nascondere un problema o rinviare una segnalazione può generare un danno maggiore del problema originario.

10. FORNITORI, PARTNER E FILIERA

La selezione e la gestione dei Fornitori e dei partner devono essere orientate alla qualità, all'affidabilità, alla competenza, alla legalità, alla sostenibilità e alla coerenza economica del rapporto. Le scelte devono essere documentabili e difendibili nell'interesse delle Società.

Sono da evitare favoritismi, pressioni personali, accordi opachi e situazioni nelle quali interessi privati possano interferire con la selezione o la gestione del rapporto. Le relazioni personali non possono sostituire la valutazione professionale.

Quando il Fornitore o il partner partecipa alla realizzazione di un servizio, di un prodotto o di una dichiarazione ambientale delle Società, deve essere richiesto un livello di informazione e tracciabilità adeguato al rischio tecnico, normativo e reputazionale dell'attività.

11. INTEGRITÀ, LEGALITÀ E PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

Le Società operano nel rispetto delle leggi e delle regole applicabili nei Paesi nei quali sono presenti. Nessun obiettivo economico, commerciale o organizzativo giustifica comportamenti illeciti, fraudolenti o intenzionalmente ingannevoli.

È vietato offrire, promettere, richiedere o accettare denaro, utilità, favori o vantaggi impropri finalizzati a influenzare decisioni, ottenere trattamenti di favore o alterare la correttezza di un rapporto professionale o istituzionale.

Le operazioni economiche e finanziarie devono essere correttamente autorizzate, documentate e registrate secondo le procedure applicabili. Non sono ammessi fondi occulti, documenti falsi, registrazioni artificiose o rappresentazioni intenzionalmente scorrette della realtà aziendale.

12. CONFLITTI DI INTERESSE, OMAGGI E OSPITALITÀ

Ogni destinatario deve evitare situazioni nelle quali un interesse personale, familiare o di altra natura possa interferire, o apparire ragionevolmente in conflitto, con l'interesse delle Società o con l'imparzialità richiesta dal proprio ruolo.

Un conflitto di interesse non è necessariamente una violazione, ma deve essere dichiarato tempestivamente quando esiste o può apparire credibile a un osservatore esterno. La trasparenza consente alle Società di valutare la situazione e stabilire le misure più appropriate.

Sono ammessi omaggi e forme di ospitalità di valore modico, occasionali e coerenti con normali relazioni professionali, purché non siano destinati a influenzare decisioni né possano essere interpretati come corrispettivo di un favore. Quando il valore, la frequenza o il contesto generano dubbio, la situazione deve essere sottoposta al proprio responsabile o alla Direzione prima di accettare o offrire il beneficio.

13. RAPPORTI CON ISTITUZIONI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

I rapporti con istituzioni, enti pubblici, autorità di controllo e Pubblica Amministrazione devono essere improntati a correttezza, trasparenza, tracciabilità e collaborazione. Le interlocuzioni devono essere gestite dalle persone autorizzate in relazione al ruolo e all'oggetto del rapporto.

Documenti, dichiarazioni, rendicontazioni e informazioni trasmesse devono essere veritieri, completi e coerenti con i dati disponibili. È vietato ottenere vantaggi attraverso informazioni false, omissioni intenzionali, pressioni improprie o accordi non trasparenti.

Le Società considerano il dialogo istituzionale e la collaborazione con i territori strumenti importanti per generare beneficio condiviso, purché avvengano nel pieno rispetto dei ruoli, delle regole e della distinzione tra interesse pubblico e interesse aziendale.

14. INFORMAZIONI, RISERVATEZZA, DATI E STRUMENTI DIGITALI

Le informazioni aziendali sono una risorsa essenziale. Ogni destinatario deve accedere soltanto ai dati necessari al proprio ruolo, utilizzarli per finalità professionali, proteggerli da accessi non autorizzati e non trasferirli all'esterno senza titolo o autorizzazione.

Le credenziali personali, i dispositivi, le caselle di posta, gli archivi digitali, i sistemi cloud e ogni altro strumento tecnologico devono essere utilizzati secondo le procedure aziendali e con un livello di attenzione proporzionato alla sensibilità delle informazioni trattate.

L'uso di strumenti di intelligenza artificiale deve avvenire con responsabilità. Informazioni riservate, dati personali, documenti contrattuali, segreti commerciali, informazioni tecniche proprietarie o dati di Clienti e partner non devono essere inseriti in strumenti non autorizzati o utilizzati in modo incompatibile con le procedure aziendali e con gli obblighi di riservatezza.

La velocità e la comodità di uno strumento digitale non riducono la responsabilità umana. Chi utilizza contenuti prodotti o elaborati con sistemi automatizzati deve verificarne accuratezza, appropriatezza, riservatezza e coerenza prima di impiegarli in decisioni, comunicazioni o documenti aziendali.

15. PATRIMONIO AZIENDALE E UTILIZZO RESPONSABILE DELLE RISORSE

Beni, veicoli, strumenti, dispositivi, carte di pagamento, account, spazi e materiali aziendali sono affidati per finalità professionali e devono essere utilizzati con cura, responsabilità e rispetto delle regole interne.

Ogni persona è responsabile della corretta custodia dei beni affidati e deve segnalare tempestivamente guasti, incidenti, smarrimenti, furti, anomalie o usi impropri. La mancata segnalazione di un problema può aumentare il danno e ostacolare interventi tecnici, assicurativi o organizzativi.

Le regole operative relative, tra l'altro, a veicoli, carburanti, pedaggi, manutenzioni, note spese, carte aziendali, telefoni, computer e altre dotazioni sono disciplinate nel Corporate Rules & Internal Procedures Manual e nelle procedure specifiche applicabili.

16. COMUNICAZIONE, REPUTAZIONE E RAPPRESENTANZA DELLE SOCIETÀ

La reputazione delle Società è costruita ogni giorno attraverso comportamenti, qualità del lavoro e comunicazione. Chi scrive, parla o pubblica contenuti in nome di una delle Società deve rispettare le responsabilità del proprio ruolo e le regole contenute nel Corporate Identity & Communication Manual.

Nessuno può impegnare le Società, assumere obbligazioni, diffondere comunicazioni ufficiali o rilasciare dichiarazioni pubbliche in nome di una società senza la necessaria autorizzazione.

Nell'utilizzo dei social media personali deve essere mantenuta una chiara distinzione tra opinioni individuali e posizioni ufficiali delle Società. È richiesto di evitare la diffusione di informazioni riservate, contenuti offensivi relativi a colleghi o partner e comportamenti che possano compromettere gravemente la reputazione aziendale o violare obblighi professionali.

La comunicazione ambientale deve essere particolarmente accurata, verificabile e coerente con i dati disponibili. Il desiderio di valorizzare un progetto non giustifica semplificazioni ingannevoli o affermazioni non supportate.

17. SEGNALAZIONI E TUTELA DI CHI SEGNALE

Le Società promuovono una cultura nella quale problemi, violazioni, comportamenti scorretti e rischi rilevanti possano essere segnalati senza timore di ritorsioni. Una segnalazione effettuata in buona fede deve essere trattata con serietà, riservatezza e imparzialità.

Le segnalazioni devono essere presentate attraverso i canali aziendali previsti dalle procedure applicabili. La gestione delle segnalazioni tiene conto degli obblighi di legge, della tutela della riservatezza, dei diritti delle persone coinvolte e della necessità di evitare usi strumentali o accuse consapevolmente false.

Non sono tollerate ritorsioni nei confronti di chi effettua una segnalazione in buona fede o collabora a una verifica. Allo stesso modo, il sistema di segnalazione non deve essere utilizzato per conflitti personali, accuse scientemente false o finalità estranee alla tutela dell'integrità delle Società.

18. ATTUAZIONE, RESPONSABILITÀ E AGGIORNAMENTO DEL CODICE

Il Codice deve essere portato a conoscenza dei destinatari con modalità adeguate al loro ruolo e al rapporto con le Società. Le Società promuovono iniziative di comunicazione, formazione e aggiornamento coerenti con le attività svolte e i rischi rilevanti.

I responsabili di funzione e i manager hanno il compito di favorire l'applicazione del Codice, fornire esempio attraverso il proprio comportamento, chiarire dubbi e intervenire quando emergono condotte incompatibili con i principi condivisi.

La violazione del Codice può determinare conseguenze secondo la natura del rapporto con le Società, le norme applicabili, i contratti e i sistemi disciplinari o contrattuali vigenti.

Il Codice è un documento vivo. Deve essere aggiornato quando l'evoluzione delle Società, della normativa, dei mercati, delle tecnologie o dei rischi rende necessario chiarire o rafforzare i principi applicabili.

ALLEGATO A – PRINCIPI IN PRATICA

Il Codice deve poter aiutare nelle decisioni quotidiane. Quando una situazione non è chiara, prima di agire è utile porsi alcune domande:

- È legale e coerente con le procedure applicabili?
- È compatibile con i valori delle Società?
- Sarei in grado di spiegare serenamente questa decisione al mio responsabile, a un collega o a un Cliente?
- La decisione è documentabile e trasparente?
- Sto proteggendo correttamente persone, informazioni, ambiente e risorse aziendali?
- Sto decidendo nell'interesse delle Società o un interesse personale sta influenzando la mia valutazione?
- Le informazioni di cui dispongo sono sufficienti o devo chiedere supporto prima di agire?

Quando permane un dubbio rilevante, la scelta corretta è chiedere supporto prima di agire, rivolgendosi al proprio responsabile, alla funzione competente o alla Direzione, secondo la natura della questione.

ALLEGATO B – RELAZIONE CON GLI ALTRI MANUALI DELLE SOCIETÀ

Documento	Domanda a cui risponde	Esempio
Codice Etico	Quali principi devono guidare la scelta?	Ciascuno è responsabile dei beni e delle risorse affidate.
Corporate Rules & Internal Procedures Manual	Quale regola operativa devo seguire?	Uso e riconsegna dell'auto aziendale; gestione di carburante, Telepass, multe e sinistri.
Corporate Identity & Communication Manual	Come dobbiamo presentarci e comunicare?	Scrittura di lettere ed email, uso dei loghi, firme dei documenti e pubblicazione di contenuti.

ADOZIONE, DIFFUSIONE E PRESA VISIONE

Il presente Codice Etico è adottato come riferimento ufficiale dalle Società che ne deliberano o approvano l'applicazione secondo i rispettivi assetti di governance. Il Codice è consegnato ai dipendenti e ai collaboratori interessati, reso disponibile attraverso i canali aziendali e può essere pubblicato sui siti web delle Società che lo adottano. La consegna è accompagnata da presa visione, affinché ogni destinatario conosca i principi e le responsabilità qui definiti.

PRESA VISIONE DEL CODICE ETICO

Il/La sottoscritto/a _____

Società / Funzione: _____

dichiara di aver ricevuto, letto e compreso il Codice Etico, Versione 1.0 – Edizione 2026, e di impegnarsi a rispettarne i principi nell'ambito delle proprie responsabilità e del proprio rapporto con la Società.

Data: ____/____/____

Firma: _____