



CODICE ETICO

Revisione 2.01 del 03.04.2024

INDICE

1. PREMESSA.....	2
2. AMBITO E MODALITÀ DI APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO	2
2.1 DESTINATARI	2
2.2 APPLICAZIONE DEL CODICE.....	3
2.3 VIOLAZIONI DEL CODICE.....	3
2.4 DIFFUSIONE DEL CODICE: INFORMAZIONE E FORMAZIONE	3
3. PURPOSE, MISSION E VALORI	3
4. PRINCIPI ETICI GENERALI.....	4
4.1 RISPETTO DELLA PERSONA ED INTEGRITÀ	4
4.2 DIVERSITÀ, INCLUSIONE, EQUITÀ.....	4
4.3 LEGALITÀ, ONESTÀ, CORRETTEZZA	5
4.4 COMPETENZA, DILIGENZA, LEALTÀ	5
4.5 TRASPARENZA	5
4.6 RESPONSABILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE	6
4.6.1 COMUNITÀ: SOSTENIBILITÀ SOCIALE	6
4.6.2 TUTELA E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE	6
5. NORME ETICHE DI CONDOTTA AZIENDALE	7
5.1 ACCOUNTABILITY.....	7
5.2 RISPETTO DELLA LIBERA CONCORRENZA.....	7
5.3 TUTELA DELLA PRIVACY E RISERVATEZZA DELLE INFORMAZIONI	7
5.4 AFFIDABILITÀ NELLA GESTIONE DELLE INFORMAZIONI E USO DEI SISTEMI INFORMATICI	8
5.5 NORMA SU COMPORAMENTI ILLEGALI/ABUSI	8
5.6 PREVENZIONE PRATICHE CORRUTTIVE	8
5.7 REGALIE, OMAGGI E ALTRE UTILITÀ.....	9
5.8 TUTELA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE, INTELLETTUALE E DEL DIRITTO D'AUTORE	9
5.9 GESTIONE DI AFFARI E DEI POTENZIALI CONFLITTI DI INTERESSE	10
6. NORME ETICHE DI RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER	10
6.1 PRINCIPI GENERALI PER LA GESTIONE DI RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER	10
6.2 SOCI.....	11
6.3 RISORSE UMANE.....	11
6.3.1 INDIPENDENZA, EQUITÀ, RISERVATEZZA E INCLUSIVITÀ NELLA SELEZIONE ED ASSUNZIONE DEL PERSONALE	12
6.3.2 EQUITÀ E COINVOLGIMENTO NEL RAPPORTO DI LAVORO	12
6.3.3 TUTELA DELLA SICUREZZA, DELLA SALUTE E DELL'INTEGRITÀ DEI LAVORATORI	12
6.3.4 DIVIETO AL LAVORO MINORILE E FORZATO	13
6.4 CLIENTI	13
6.5 FORNITORI E PARTNER COMMERCIALI.....	13
6.6 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE ED ISTITUZIONI	14
6.7 RAPPORTI CON I MEDIA	14
7. DISPOSIZIONI FINALI.....	15
8. APPROVAZIONE DEL CODICE ETICO E RELATIVE MODIFICHE	15

1. PREMESSA

Green Media Lab Srl SB (d'ora innanzi, per brevità anche "Green Media Lab" o la "Società") è una società che fornisce servizi professionali di comunicazione e di consulenza.

Il presente **Codice Etico** (di seguito anche il "Codice") costituisce l'elemento di riferimento per i destinatari e sancisce i principi ai quali la Società si attiene, uniformando le proprie attività, le operazioni, i comportamenti ed i rapporti con i propri **Stakeholder** (ossia quei soggetti, intesi nel senso di individui, gruppi, comunità e organizzazioni, che hanno con l'azienda relazioni significative dalle quali derivano specifici o generici interessi legittimi).

Crediamo che la nostra azione, intesa come attività aziendale, debba essere accompagnata da una **mappa etica**: gli strumenti economici possono dirci come dirigerci verso certi obiettivi, ma non possono determinare quali siano questi obiettivi. La nostra convinzione è che questo sia il compito assegnato all'Etica, intesa come "Ethos", dal greco "consuetudine". Il presente Codice Etico corrisponde a quel sistema di valori, principi e norme di comportamento che animano il nostro operato, arricchiscono i processi decisionali aziendali e orientano i comportamenti di tutti i destinatari, interni ed esterni alla Società.

Il presente Codice Etico enuncia **obblighi generali di diligenza, correttezza e lealtà**, che qualificano l'adempimento delle prestazioni lavorative e il comportamento nell'ambiente di lavoro, e delineano i principi generali rispettati dai progetti e dalle attività eseguite con gli Stakeholder.

2. AMBITO E MODALITÀ DI APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO

2.1 DESTINATARI

I principi e le disposizioni del presente Codice trovano la loro applicazione nei confronti degli Amministratori, dei soci, dei dipendenti, dei partner esterni e di chiunque operi per conto della Società in virtù di un rapporto di natura contrattuale, di qualsivoglia tipologia, eventualmente anche temporaneo, nei limiti del proprio compito e delle responsabilità ad esso connesse (a mero titolo esemplificativo rientrano in quest'ultima categoria i collaboratori esterni, i fornitori, etc.). I soggetti così individuati sono, di seguito, definiti "**destinatari**" o "**Stakeholder**" (portatori di interesse).

Il rispetto dei valori e principi del Codice da parte dei clienti della Società è ritenuto un **aspetto di fondamentale importanza** per il mantenimento dei rapporti d'affari. Un'eventuale inosservanza dei principi previsti dal presente Codice sarà presa in considerazione anche ai fini della tutela dei diritti ed interessi della Società.

2.2 APPLICAZIONE DEL CODICE

I destinatari sono tenuti a conoscere le norme contenute nel Codice Etico e le norme di riferimento che regolano l'attività svolta nell'ambito della loro funzione, derivanti dalla legge o da procedure e regolamenti interni. I destinatari devono altresì **accettare in forma esplicita** i propri impegni derivanti dal presente Codice Etico, nel momento di costituzione del rapporto di lavoro o della relazione di affari, di prima diffusione del Codice Etico o di sue eventuali modifiche o integrazioni rilevanti.

2.3 VIOLAZIONI DEL CODICE

In caso di accertata violazione del Codice Etico – la cui osservanza costituisce parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai destinatari - sono adottati, per la tutela degli interessi aziendali e compatibilmente con la normativa applicabile, **provvedimenti sanzionatori**, che potranno anche determinare la risoluzione del rapporto contrattuale e il risarcimento dei danni subiti.

I soggetti interessati possono segnalare in forma non anonima, ogni violazione, sospetto o richiesta di violazione del Codice Etico attraverso la “cassetta delle lettere” predisposta all'interno dell'azienda oppure inviando un'e-mail all'indirizzo hr@greenmedialab.com. Successivamente il Responsabile delle Risorse Umane provvederà all'analisi della segnalazione, garantendo la riservatezza dell'identità di entrambi, fatti salvi gli obblighi di legge. Le segnalazioni presentate in **buona fede** non potranno comportare ripercussioni negative ai danni del segnalante anche nel caso in cui le stesse dovessero risultare infondate. Tuttavia, si richiede di **astenersi** dall'avanzare segnalazioni il cui unico scopo è la **delazione** verso il soggetto interessato.

2.4 DIFFUSIONE DEL CODICE: INFORMAZIONE E FORMAZIONE

Il Codice è portato a conoscenza di tutti gli **Stakeholder rilevanti** mediante **apposite attività di informazione** ed è pubblicato sul sito internet della Società, che si impegna a dare notifica tempestiva in caso di modifiche apportate.

3. PURPOSE, MISSION E VALORI

In un mondo che gira, comunica e consuma a una velocità sempre più vertiginosa, la **responsabilità sociale e ambientale** costituisce il valore e l'ispirazione da cui nasce Green Media Lab. Il percorso per poterci definire un'azienda virtuosa è ancora molto lungo, ma la passione e il rispetto per il pianeta, e per chi lo abita, sono la forza con cui ogni giorno costruiamo la nostra idea di futuro.

PURPOSE:

Green Media Lab supporta i clienti e i partner nell'affrontare le sfide del presente e del futuro. L'azienda progetta delle strategie di comunicazione impattanti e accompagna le aziende nel loro percorso di Corporate Social Responsibility,

rispettando le normative attuali e future e ambendo a elevati standard di sostenibilità ESG.

MISSION:

La mission di Green Media Lab è di accompagnare i propri Stakeholder in un percorso di miglioramento continuo in termini di performance e di responsabilità sociale e ambientale.

VALORI:

I valori fondanti insiti nella **cultura e nella filosofia aziendale**, che guidano l'operato della Società nel suo complesso così come gli stessi comportamenti dei singoli sono: **Rispetto, Cooperazione, Creatività, Trasparenza e Responsabilità.**

4. PRINCIPI ETICI GENERALI

4.1 RISPETTO DELLA PERSONA ED INTEGRITÀ

La Società si impegna a rispettare i diritti, l'integrità fisica, culturale e morale di tutte le persone con cui si relaziona. **La centralità della Persona** si esprime in particolare attraverso la valorizzazione dei propri collaboratori (siano essi dipendenti o legati da altro rapporto di lavoro), l'attenzione rivolta ai bisogni e alle richieste dei clienti, la tutela, correttezza e la trasparenza verso i soci, i fornitori e la Pubblica Amministrazione, fino alla partecipazione attiva alla vita sociale.

Inoltre, la Società assicura il rispetto della dimensione di relazione con gli altri. In particolare tutela e promuove il **valore delle risorse umane**, allo scopo di migliorare e accrescere il patrimonio e la complementarità delle competenze possedute dai propri collaboratori.

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri Stakeholder la Società si impegna ad **evitare ogni discriminazione** in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, all'etnia, alla nazionalità, alle opinioni politiche, all'appartenenza ad organizzazioni sindacali e alle credenze religiose. Pertanto, non sono tollerate e sono sanzionate le richieste, accompagnate da minacce o altre violenze, volte ad indurre amministratori, dipendenti e collaboratori esterni ad agire contro la legge e il Codice Etico. La Società non tollera comportamenti, inclusi gesti, linguaggio o contatto fisico, che siano sessualmente coercitivi, minacciosi, offensivi o volti allo sfruttamento.

4.2 DIVERSITÀ, INCLUSIONE, EQUITÀ

La Società si impegna a rispettare il **principio di diversità**, in tutte le sue accezioni accettando e accogliendo le differenze tra le persone, sia demografiche (etnia, genere, credo, ceto sociale, età, ecc.) sia esperienziali (come le persone pensano, lavorano, comunicano, vivono). In conformità col principio di equità, la Società si impegna a trattare in maniera giusta i propri Stakeholder, a seconda dei **bisogni**

specifici di ognuno e delle circostanze particolari.

La Società riconosce l'importanza di valorizzare le proprie risorse umane evitando ogni forma di marginalizzazione. In conformità con il **principio di inclusione** si impegna perciò a concedere e creare spazio di partecipazione alla vita aziendale per tutti i soggetti, nelle varie attività e nei rispettivi processi decisionali.

Green Media Lab si impegna a trattare ogni Stakeholder con equità, e cioè imparzialità, nello svolgimento dei progetti e concordati e nelle operazioni quotidiane, a supporto dei principi di Diversità ed Inclusione.

4.3 LEGALITÀ, ONESTÀ, CORRETTEZZA

La Società assume come principio imprescindibile l'osservanza di leggi, norme e procedure societarie nell'eseguire e rendicontare operazioni, ottenere appropriate, autorizzazioni e rispettare tutti gli aspetti di controllo contabile interno ed esterno. A tal fine, si impegna ad **adottare le misure utili** ed opportune affinché i destinatari del Codice Etico siano vincolati al rispetto della legge e delle norme vigenti.

Si evidenzia che la convinzione di agire in qualche modo a vantaggio della Società non giustifica, per Green Media Lab, l'adozione di comportamenti in contrasto con le norme espresse nel presente documento. Pertanto, la violazione del Codice comporterà l'adozione di relative sanzioni.

4.4 COMPETENZA, DILIGENZA, LEALTÀ

La competenza è requisito indispensabile per il corretto svolgimento delle attività lavorative poste in essere dalla Società e per garantire il miglior servizio ai Clienti. A tal fine la Green Media Lab si impegna a fornire a soci, dipendenti e collaboratori idonei **strumenti di formazione** nonché a promuovere l'innovazione e lo sviluppo di nuove idee per accrescere il valore e la qualità dei servizi erogati. Green Media Lab si impegna inoltre a monitorare sistematicamente le **competenze acquisite dal personale** e dai collaboratori attraverso valutazioni periodiche basate su criteri omogenei e standardizzati, che permettano di individuare i punti di forza e di debolezza di ciascuno e di pianificare il percorso formativo e di crescita professionale e personale più idoneo al raggiungimento degli obiettivi personali e aziendali.

Infine, tutti i rapporti con l'esterno devono essere improntati alla massima lealtà, che consiste nell'essere fedeli agli impegni presi e nell'agire con senso di responsabilità.

4.5 TRASPARENZA

Il principio di trasparenza si fonda sulla **veridicità, accuratezza, completezza e puntualità dell'informazione** e sulla chiarezza della comunicazione sia all'esterno che all'interno dell'azienda. Gli amministratori, i dipendenti e i collaboratori esterni

della Società si impegnano a fornire informazioni allineate a tali principi sia all'esterno che all'interno dell'azienda, secondo le forme di comunicazione più appropriate al contesto.

Il sistema di verifica e risoluzione dei reclami attuato nei confronti dei clienti deve permettere uno scambio di informazione adeguato, sia orale che scritto. Considerato che un'informazione parziale o diffusa per vie irregolari è nemica della trasparenza, gli amministratori, i dipendenti ed i collaboratori esterni sono tenuti alla **riservatezza di tutte le informazioni sensibili** riguardanti la Società e i suoi Stakeholder.

4.6 RESPONSABILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE

Green Media Lab è consapevole che il Pianeta e le persone siano un patrimonio da salvaguardare ed è altrettanto consapevole degli impatti, diretti e indiretti, che le proprie attività hanno o possono avere. La Società promuove pertanto **l'integrazione delle tematiche sociali ed ambientali nelle proprie attività** e nelle relazioni con gli Stakeholder e contribuisce ad uno sviluppo sostenibile nel rispetto dei **diritti delle generazioni future**, anche attraverso un **dialogo partecipativo** con tutti gli Enti Locali, le Istituzioni e le Associazioni dei Cittadini.

A tale fine la Società si impegna ad un miglioramento marginale continuo delle proprie prestazioni ambientali, nonché a prevenire i possibili rischi per la popolazione e per l'ambiente, nel rispetto delle normative nazionali e internazionali vigenti.

4.6.1 COMUNITÀ: SOSTENIBILITÀ SOCIALE

Green Media Lab in qualità di organizzazione di persone e asset materiali e immateriali è consapevole del ruolo che svolge all'interno del tessuto sociale e delle responsabilità che ne derivano. La Società si impegna quindi a creare politiche e procedure che creino un **dialogo continuo e costruttivo con la comunità** per ottenere una visione aggiornata delle criticità e delle necessità comunitarie e poter agire di conseguenza, nel limite dei propri mezzi e capacità.

4.6.2 TUTELA E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

La Società riconosce la **centralità delle tematiche ambientali quali *conditio sine qua non*** per la vita sul pianeta terra come fonte primaria di ogni forma di input per i propri processi e per i processi di tutti gli Stakeholder. Green Media Lab, consapevole della fragilità dell'ecosistema terrestre e dell'obbligo morale verso le generazioni attuali, si impegna a rendere la conservazione, la difesa e la rigenerazione dell'ambiente uno dei pilastri cardine dei processi decisionali e dell'azione societaria. A tale scopo la Società si impegna a **ridurre al minimo la propria impronta ambientale** e a utilizzare i propri asset per sensibilizzare, educare e ispirare i propri Stakeholder e la società più in generale. La Società si impegna inoltre a collaborare e a creare sinergie con altri partner per far fronte alle sfide di oggi e di domani. Gli Stakeholder, interni ed esterni, sono chiamati ad aderire a questo principio: gli viene richiesto di non intraprendere azioni che

possano ledere il nostro pianeta, evitando anche pratiche di greenwashing.

5. NORME ETICHE DI CONDOTTA AZIENDALE

5.1 ACCOUNTABILITY

La Società considera essenziale, a ogni livello associativo, imprenditoriale e istituzionale, rendere conto ai propri Stakeholder delle decisioni assunte, delle azioni intraprese e dei risultati raggiunti. Sostiene, promuove e sollecita, in ogni ambito, l'adozione di **forme sistematiche e periodiche di reporting**, anche attraverso soluzioni innovative di comunicazione e condivisione delle informazioni.

La Società persegue la propria finalità sociale assicurando la piena trasparenza e la comunicazione corretta ed esauriente delle scelte effettuate e dell'andamento della gestione sia verso l'interno, sia verso l'esterno.

5.2 RISPETTO DELLA LIBERA CONCORRENZA

La Società considera la libera concorrenza un bene da tutelare e riconosce che la **concorrenza corretta e leale** incide sulla reputazione ed è funzionale allo sviluppo sostenibile dell'impresa e del mercato in cui opera. In considerazione di ciò la Società si astiene da comportamenti atti a favorire la conclusione di affari a proprio vantaggio in modo sleale o che comportino la violazione di leggi o norme vigenti, condannando qualsiasi atto di violazione delle suddette, a maggior ragione se compiuto mediante l'uso di minaccia e/o violenza.

5.3 TUTELA DELLA PRIVACY E RISERVATEZZA DELLE INFORMAZIONI

La Società assicura la **riservatezza dei dati personali e sensibili in proprio possesso**, in conformità alla normativa vigente (D. Lgs. n. 196/03). A tutti gli Stakeholder interni ed esterni di Green Media Lab è fatto divieto di utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi all'esercizio della propria mansione o dei compiti assegnati. La Società si impegna a tutelare i dati personali acquisiti, custoditi e trattati nell'ambito delle attività di gestione, nel pieno rispetto delle disposizioni di legge in merito e delle direttive impartite dalle funzioni aziendali individuate. Sono adottate tutte le misure idonee ad evitare rischi di accesso non autorizzato ai dati o di trattamento non consentito o non conforme alle finalità per le quali sono stati raccolti. Ai dipendenti non espressamente autorizzati nelle forme e nei termini di cui al D. Lgs. 196/2003, è vietato conoscere, registrare, trattare e divulgare i dati personali di altri dipendenti o di terzi.

Ai trasgressori si applicheranno le sanzioni amministrative previste dal D.Lgs. 196/2003 artt. 161 e ss. e penali artt. 167 e ss., nonché le sanzioni disciplinari previste dal CCNL e da eventuali regolamenti che la Società dovesse adottare per la tutela del patrimonio aziendale.

5.4 AFFIDABILITÀ NELLA GESTIONE DELLE INFORMAZIONI E USO DEI SISTEMI INFORMATICI

Nello svolgimento del lavoro e nell'ambito delle proprie responsabilità, il personale di Green Media Lab è tenuto a registrare ed elaborare dati e informazioni in modo completo, corretto, adeguato e tempestivo. Le registrazioni e le evidenze contabili, economiche e finanziarie della

Società devono attenersi a questi principi anche per consentire eventuali verifiche da parte di soggetti, anche esterni, a ciò preposti. Coloro cui compete la gestione delle registrazioni contabili e delle informazioni economiche e finanziarie sono tenuti a collaborare con le strutture aziendali competenti, per la corretta **applicazione delle procedure di sicurezza informatica a garanzia dell'integrità dei dati.**

Rispetto all'utilizzo dei sistemi informatici, ogni dipendente è responsabile della sicurezza dei sistemi utilizzati ed è soggetto alle disposizioni normative in vigore e alle condizioni dei contratti di licenza. Salvo quanto previsto dalle vigenti leggi civili e penali, rientra nell'uso improprio dei beni e delle risorse aziendali anche **l'utilizzo dei collegamenti in rete** per fini diversi da quelli inerenti al rapporto di lavoro o per inviare messaggi offensivi o che possono arrecare danno all'immagine dell'impresa.

5.5 NORMA SU COMPORAMENTI ILLEGALI/ABUSI

Comportamenti illegali e abusi di qualsiasi genere sul luogo di lavoro, minacce o aggressioni ai danni dei Dipendenti o Collaboratori ovvero dei beni e delle proprietà aziendali sono tassativamente proibiti.

Ogni dipendente è tenuto a riferire comportamenti di tale tipologia e ogni presunta violazione di norme, leggi, direttive e procedure al proprio responsabile oppure anonimamente attraverso la cassetta delle lettere. Successivamente il responsabile delle **Risorse Umane** effettuerà le verifiche e valutazioni del caso, svolgendo una funzione consultiva nei confronti del Consiglio di Amministrazione e fornendo un parere sui provvedimenti da adottare. Chiunque minacci di commettere o commetta un atto illegale o un abuso nello svolgimento del proprio lavoro verrà assoggettato alle procedure disciplinari previste dai contratti collettivi applicabili, oltre ad eventuali azioni legali.

5.6 PREVENZIONE PRATICHE CORRUTTIVE

Green Media Lab vieta qualsiasi forma di pratica corruttiva e richiede a tutti coloro che operano in suo nome e/o per suo conto, di assicurarsi che tutte le azioni e operazioni con soggetti terzi, pubblici o privati, siano gestite secondo principi di integrità e trasparenza, nel rispetto delle normative vigenti a livello nazionale e internazionale.

Nello specifico, la Società vieta a soci, dipendenti e collaboratori di promettere e

offrire a terzi, in via diretta o indiretta, benefici in denaro o in altra forma, al fine di conseguire un vantaggio improprio, vietando altresì di sollecitare, richiedere o accettare da terzi denaro o altre utilità che non trovino riscontro nella prassi commerciale.

5.7 REGALIE, OMAGGI E ALTRE UTILITÀ

Gli amministratori e i dirigenti di Green Media Lab non possono chiedere, per sé o per altri, oppure offrire denaro, regali o altre utilità, né accettare queste ultime (salvo quelle di valore modico o simbolico o conformi alle normali pratiche di cortesia) da oppure a chiunque abbia tratto o possa trarre benefici dall'attività dell'impresa.

Tutti i dipendenti di Green Media Lab devono attenersi, in tema di omaggi e regalie, a quanto disciplinato dai Contratti Collettivi Nazionali e dai sistemi disciplinari vigenti. La Società condanna, tramite l'applicazione del Sistema Disciplinare, i comportamenti sopra riportati, in quanto non consentiti dalla Legge e/o dal Codice Etico.

5.8 TUTELA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE, INTELLETTUALE E DEL DIRITTO D'AUTORE

Ogni dipendente e collaboratore esterno di Green Media Lab è tenuto ad operare con la diligenza richiesta e necessaria per tutelare i beni aziendali, evitando e prevenendo utilizzi impropri o fraudolenti che possano esserne causa di danno, di riduzione dell'efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse della Società.

Le risorse aziendali della Società, per le quali si applicano i principi di diligenza sopra enunciati, includono:

- beni strumentali e materiali di consumo di proprietà di Green Media Lab;
- beni ottenuti in concessione, in comodato o in uso da parte di istituzioni pubbliche e private;
- applicazioni e dispositivi informatici, per i quali si richiede di rispettare scrupolosamente le politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere le funzionalità, la capacità di elaborazione e l'integrità dei dati.

Ciascun destinatario ha la responsabilità di custodire e conservare i beni affidatigli impedendo l'uso da parte di terzi non autorizzati. Inoltre, è espressamente **vietato utilizzare i beni aziendali per esigenze personali** o estranee a quelle lavorative, per finalità contrarie a norme di legge, all'ordine pubblico o al buon costume.

È vietato distruggere, deteriorare, cancellare, alterare o sopprimere **informazioni, dati o programmi informatici altrui**, ivi compresi quelli utilizzati dallo Stato o da altro Ente Pubblico, o comunque di pubblica utilità, nonché introdurre o trasmettere dati, informazioni o programmi atti a distruggere, danneggiare, rendere, in tutto o in parte, inservibili sistemi informatici o telematici altrui o di pubblica utilità od ostacolarne gravemente il funzionamento.

Con particolare riferimento agli **strumenti informatici** messi a disposizione dalla Società ai destinatari, è vietato attuare condotte che possano danneggiare, alterare, deteriorare o distruggere i sistemi informatici o telematici, i programmi e i dati informatici della Società o di soggetti terzi. È altresì espressamente vietato introdursi abusivamente in sistemi informatici o telematici protetti da misure di sicurezza, così come procurarsi, riprodurre, diffondere, comunicare e/o consegnare codici, parole chiave o altri mezzi idonei all'accesso a sistemi informatici o telematici protetti da misure di sicurezza, o, comunque, fornire indicazioni o istruzioni idonee al predetto scopo.

È, infine, vietata la falsificazione di qualsiasi documento, anche di natura informatica.

5.9 GESTIONE DI AFFARI E DEI POTENZIALI CONFLITTI DI INTERESSE

Green Media Lab persegue nella gestione dei propri affari i principi di legalità, lealtà e correttezza. In considerazione di ciò, è fatto divieto ai soci, ai dipendenti ed ai collaboratori della Società assumere comportamenti che possono generare situazione di potenziale conflitto di interessi. Devono essere evitate e segnalate eventuali situazioni che possano anche solo apparire di **conflitto di interessi**, ovvero dove uno Stakeholder possa perseguire un personale interesse utilizzando il proprio ruolo. A titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare un conflitto di interessi le seguenti situazioni:

- svolgere una funzione di vertice o di responsabile di un'unità organizzativa ed avere personali interessi economici in comune con fornitori o concorrenti anche per il tramite di familiari e parenti;
- accettare denaro, favori o indebite agevolazioni da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti d'affari con Green Media Lab;
- curare i rapporti con i fornitori e con i committenti e svolgere attività lavorativa, anche da parte di parenti e affini, presso gli stessi.

Nei rapporti e nelle relazioni commerciali e promozionali, sono proibite pratiche e comportamenti fraudolenti, atti di corruzione, favoritismi e più in generale ogni condotta contraria alla legge, ai regolamenti di settore, interni e alle linee guida del presente Codice Etico. Tali condotte sono proibite e sanzionate indipendentemente dal fatto che siano realizzate o tentate, in maniera diretta o attraverso terzi, per ottenere vantaggi personali, per altri o per Green Media Lab.

6. NORME ETICHE DI RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

6.1 PRINCIPI GENERALI PER LA GESTIONE DI RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER

Sono portatori di interesse e cioè Stakeholder le pubbliche amministrazioni e i cittadini, i clienti, i dipendenti e collaboratori della Società, gli Enti Locali, coloro che compiono investimenti connessi alle attività dell'azienda, le Rappresentanze Sindacali, le Associazioni dei Consumatori, i fornitori ed i partner di affari e la

collettività in generale.

Con l'intento di stabilire e mantenere le relazioni basate su **lealtà, fiducia reciproca e correttezza**, Green Media Lab aspira a sviluppare rapporti etici positivi con i propri Stakeholder.

Green Media Lab si impegna a coinvolgere regolarmente i suoi stakeholder al fine di promuovere un discorso continuativo sulle tematiche ESG. La frequenza e la tipologia dei meccanismi di coinvolgimento rimangono a discrezione dell'azienda in base alle tematiche e agli obiettivi del progetto. Sarà premura dell'azienda studiare e analizzare gli spunti emersi dall'attività ed integrarli all'interno delle proprie decisioni e nello sviluppo della strategia aziendale e condividere i risultati del processo con tutti gli stakeholder.

6.2 SOCI

L'Organo Amministrativo è tenuto a svolgere le funzioni proprie con professionalità, autonomia, indipendenza e responsabilità nei confronti della Società, della proprietà e dei terzi. L'Organo di vertice deve avere consapevolezza del proprio ruolo e responsabilità senza impedire oppure ostacolare l'esercizio delle attività di controllo da parte degli organismi preposti. Ciascun Dirigente è tenuto ad essere partecipe ed agevolare il funzionamento del sistema di controllo aziendale, sensibilizzando in tal senso il personale dipendente. Oltre alle proprie competenze, l'Organo Amministrativo ha l'impegno di far rispettare scrupolosamente i valori enunciati dal Codice Etico, promuovendone la condivisione e la diffusione anche nei confronti di terzi.

Uno degli obiettivi della Società è la valorizzazione dell'investimento dei propri azionisti, mediante il perseguimento di una politica di sviluppo e gestione dei rischi in grado di garantire nel tempo soddisfacenti risultati economici e la conservazione del patrimonio per le generazioni future. Green Media Lab si impegna a creare le condizioni affinché la partecipazione dei soci alle decisioni di loro competenza sia diffusa e consapevole, e promuove la parità e la completezza di informazione e tutela il loro interesse.

6.3 RISORSE UMANE

Green Media Lab riconosce la **centralità del capitale umano** e l'importanza di stabilire e mantenere con queste relazioni basate sulla **lealtà e sulla fiducia reciproca**. La Società ha infatti individuato le responsabilità e i doveri che intende assumere verso il personale:

- trattare sempre gli altri con rispetto, cortesia e **dignità**;
- creare un ambiente che incoraggi una **comunicazione aperta**;
- rispettare la **privacy** di ogni individuo;
- trovare il giusto equilibrio tra le esigenze lavorative e la vita privata;
- assicurare condizioni lavorative che non comportino sfruttamento, ovvero situazioni di grave pericolo;

- contribuire al **rispetto delle diversità** impegnandosi ad offrire pari diritti di lavoro e pari opportunità di carriera a tutti coloro che aspirano ad un posto di lavoro e ai lavoratori;
- non tollerare molestie sessuali o di qualsiasi altra natura;
- utilizzare gli strumenti di comunicazione dell'azienda in maniera professionale ed etica;
- investire nel mantenimento di un posto di lavoro salubre, sicuro e con i necessari requisiti ambientali.

6.3.1 INDIPENDENZA, EQUITÀ, RISERVATEZZA E INCLUSIVITÀ NELLA SELEZIONE ED ASSUNZIONE DEL PERSONALE

La Società, fermi restando gli obblighi derivanti dalle disposizioni vigenti, in linea con i principi enunciati sopra, in particolare al punto 4.1 e 4.2 e 4.3 del presente Codice, tutela le **pari opportunità** nella selezione del personale, tramite valutazioni per la verifica del profilo professionale e psico-attitudinale. La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi e alle esigenze aziendali.

Il Responsabile Risorse Umane adotta opportune misure per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione, evitando, in particolare, che il selezionatore sia legato da vincoli di parentela o consanguineità con il candidato. L'assunzione del personale avviene sulla base di **regolari contratti di lavoro**, non essendo ammessa alcuna forma di rapporto lavorativo irregolare, non conforme o comunque elusiva delle disposizioni vigenti.

6.3.2 EQUITÀ E COINVOLGIMENTO NEL RAPPORTO DI LAVORO

Gli amministratori e i responsabili delle strutture organizzative e territoriali sono tenuti ad assicurare il rispetto delle **pari opportunità** e a garantire l'assenza di discriminazioni sui luoghi di lavoro. Ogni responsabile è inoltre tenuto a **valorizzare il lavoro dei collaboratori**, richiedendo prestazioni coerenti con le attività loro assegnate. Costituisce abuso della posizione di autorità richiedere alle figure subordinate favori personali o qualunque comportamento che configuri una violazione del presente Codice Etico.

6.3.3 TUTELA DELLA SICUREZZA, DELLA SALUTE E DELL'INTEGRITÀ DEI LAVORATORI

La salute e la sicurezza dei destinatari, nonché dei soggetti terzi che hanno rapporti con la Società, costituisce obiettivo primario e un obbligo per l'organizzazione, che è costantemente impegnata nella **tutela dell'ambiente, della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro**. A tal fine la Società si impegna a diffondere una **cultura sulla sicurezza e sulla consapevolezza dei rischi**, incentivando comportamenti responsabili da parte di tutti soprattutto attraverso azioni preventive. In quest'ottica, ogni dipendente e collaboratore è personalmente responsabile, verso i colleghi e la Società, per il mantenimento della qualità di tale ambiente.

La Società ha adottato politiche, procedure e strumenti di controllo specifici in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro adempiendo agli obblighi di legge. La Società, pertanto:

- si impegna a porre in essere attività sicure al fine di proteggere la salute dei propri Dipendenti e delle comunità che circondano le proprie sedi e ad uniformare le proprie strategie operative al rispetto della propria politica in materia di sicurezza, salute e ambiente;
- Riesamina periodicamente le prestazioni e l'efficienza dei propri sistemi, per raggiungere gli obiettivi prefissati in materia di sicurezza, salute e ambiente;
- Si impegna per uno sviluppo sostenibile e rispettoso dei più elevati standard in materia di diritti umani;
- è consapevole dell'impatto che le attività svolte possono avere sull'ambiente e si impegna, conseguentemente, a ridurre gli effetti potenzialmente dannosi.

6.3.4 DIVIETO AL LAVORO MINORILE E FORZATO

La società disapprova e ripudia il ricorso a qualsiasi forma sia di lavoro minorile, nonché l'utilizzo del lavoro forzato, evitando situazioni di coercizione. Nel rispetto della legislazione nazionale del Paese in cui opera e del diritto internazionale, Green Media Lab rispetta e promuove l'abolizione del lavoro minorile e a tal scopo la Società non tollera alcun comportamento illecito all'interno delle proprie attività oppure delle relazioni con i propri stakeholder. Nel caso in cui la Società accerti un caso di lavoro minorile presso propri fornitori o partners, si impegna a prendere provvedimenti in merito, in relazione ai rapporti in essere con essi.

6.4 CLIENTI

Green Media Lab persegue la propria *mission* attraverso l'offerta di servizi professionali di alta qualità e considera la soddisfazione dei clienti come fattore di primaria importanza per la propria immagine e per l'adempimento degli obiettivi aziendali. Tutto il personale operativo di Green Media Lab, è tenuto a rapportarsi e comunicare con i clienti in modo **onesto, corretto, cortese e trasparente** secondo le procedure e le disposizioni impartite.

In particolare, **ai clienti è richiesto di prendere atto dell'adozione del Codice** e di impegnarsi al rispetto dei valori in esso enunciati, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per il mantenimento del rapporto d'affari. Un'eventuale inosservanza dei principi previsti nel Codice da parte dei Clienti sarà valutata anche ai fini della tutela dei diritti ed interessi della Società.

6.5 FORNITORI E PARTNER COMMERCIALI

La condotta della Società nelle fasi di approvvigionamento di beni e servizi è improntata alla ricerca del massimo vantaggio competitivo, alla concessione di pari opportunità di partnership per ogni fornitore, alla lealtà ed imparzialità di giudizio. Le relazioni con i fornitori e i partner commerciali sono improntate alla

ricerca della giusta **efficienza** nella fornitura, alla **lealtà** nella relazione, al riconoscimento della **professionalità e della competenza** dell'interlocutore.

Green Media Lab si impegna a richiedere ai propri fornitori e partner commerciali il rispetto di principi comportamentali allineati ai propri. Nella scelta di questi non sono ammesse o accettate pressioni indebite, finalizzate a favorire un fornitore a discapito di un altro tali da minare la credibilità e la fiducia che il mercato ripone in Green Media Lab. Parimenti, non sono ammessi benefici o promesse di favori da parte degli Amministratori, dipendenti o collaboratori esterni della Società verso terzi, al fine di conseguire un interesse o un vantaggio proprio o altrui.

6.6 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE ED ISTITUZIONI

Nei rapporti con le Istituzioni e le Pubbliche Amministrazioni i rappresentanti di Green Media Lab sono tenuti alla massima **trasparenza, chiarezza, correttezza e collaborazione** al fine di non indurre a interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti.

L'assunzione di impegni verso la Pubblica Amministrazione e le Istituzioni Pubbliche è riservata esclusivamente alle funzioni aziendali preposte e autorizzate. Non sono ammessi benefici o promesse di favori da parte degli Amministratori, dipendenti o collaboratori esterni della Società verso Pubblici Ufficiali, incaricati di pubblico servizio (quali i rappresentanti di Authority ed Enti Locali), dipendenti della Pubblica Amministrazione o funzionari che agiscono per conto della Pubblica Amministrazione. I comportamenti di cortesia ed ospitalità che rientrano nella prassi di normale conduzione degli affari e delle relazioni devono essere coerenti con i principi di cui ai paragrafi 5.6 e 5.7.

6.7 RAPPORTI CON I MEDIA

I rapporti con la stampa, i mezzi di comunicazione ed informazione e, più in generale, gli interlocutori esterni, devono essere tenuti unicamente da soggetti a ciò espressamente delegati.

La comunicazione verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione, assume i principi di **verità, correttezza, trasparenza, completezza, prudenza** e deve essere volta a favorire la conoscenza delle politiche aziendali. Nel rispetto del **principio di salvaguardia della riservatezza delle informazioni**, i destinatari incaricati a intrattenere rapporti con i media non devono divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi, sia riguardanti le attività aziendali che le risultanze delle attività professionali o le relazioni con gli Stakeholder in generale. Infine, la comunicazione esterna, inclusa quella finalizzata alla diffusione del marchio e dell'immagine della Società, deve rispettare i principi etici del presente Codice.

7. DISPOSIZIONI FINALI

L'osservanza delle disposizioni del presente Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104 cod. civ. L'eventuale violazione delle disposizioni del Codice Etico potrà costituire inadempimento delle obbligazioni del rapporto di lavoro e/o illecito disciplinare, in conformità alle procedure previste dall'art. 7 dello Statuto dei Lavoratori e della contrattazione collettiva applicabile, con ogni conseguenza di legge, anche con riguardo alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

Per le obbligazioni contrattuali assunte dai collaboratori esterni, fornitori, clienti e altri stakeholder, di conseguenza, l'eventuale violazione delle disposizioni ivi contenute potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, con ogni conseguenza di legge con riguardo alla risoluzione del rapporto contrattuale e al risarcimento dei danni derivati, secondo quanto previsto dalla normativa applicabile.

8. APPROVAZIONE DEL CODICE ETICO E RELATIVE MODIFICHE

Nell'adottare e pubblicare in via ufficiale il Codice Etico, la Società dichiara esplicitamente che:

- Il Codice Etico non è da intendersi quale vincolante interpretazione della legge, ma come rispetto volontario di principi etici per un'equa e corretta gestione dell'organizzazione.
- Il Codice Etico è l'enunciazione delle aspettative legittime e dei diritti degli stakeholder, rispetto ai quali la Società definisce volontariamente i propri impegni.
- Eventuali modifiche e/o aggiornamenti saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione e prontamente comunicati ai Destinatari.

Il presente Codice Etico è stato adottato dal Consiglio di Amministrazione di Green Media Lab con delibera del **03 aprile 2024**.