

<b>GR PUBBLICITA' S.R.L.</b>	<b>CODICE ETICO</b>			
	Rev. 02	Del 04/01/2024	Sez. 5	Pag. <b>1</b> di <b>8</b>

<b>GR PUBBLICITA' SRL</b>
<b>LEGNANO VIA PICASO 22/24</b>
<b>Iscriz. Reg. Imp. Di Milano</b> <b>REA 1224468</b>
<b>P.I. 08455790157</b>

## Codice Etico

### Premessa

La formalizzazione e pubblicazione dei "principi aziendali", per GR Pubblicità, è un utile strumento di applicazione dei valori morali e principi di trasparenza con cui l'Azienda ha sempre voluto e vuole operare.

Questi si sono modificati secondo l'evoluzione e la trasformazione del mercato in cui opera, e sono stati integrati di volta in volta con i principi richiesti dagli ordinamenti giuridici nazionali ed internazionali, così da arricchire il concetto di Etica che GR Pubblicità vuole diffondere a tutte le "parti" coinvolte nell'attività.

Gli impegni e le responsabilità etiche di GR Pubblicità, anche attraverso il presente Codice, sono diretti a creare soddisfazione per i propri Clienti, valore e crescita professionale per i Dipendenti e Collaboratori.

Il Codice costituisce, pertanto, un insieme di principi la cui osservanza da parte di tutti coloro cui è indirizzato è di fondamentale importanza per il regolare funzionamento, l'affidabilità della gestione e l'immagine dell'Azienda.

GR Pubblicità assicurerà un programma di informazione e sensibilizzazione sulle disposizioni del presente Codice e sull'applicazione dello stesso ai soggetti cui si riferisce, in modo che tutti coloro che operano possano svolgere la propria attività e/o il proprio incarico secondo una costante e stretta osservanza dei principi e dei valori espressi.

### Indice:

1. Rispetto delle leggi e regolamenti
2. Integrità di comportamento
3. Atteggiamenti discriminatori
4. Valorizzazione delle risorse umane
5. Tutela del patrimonio sociale
6. Tutela dell'ambiente e sicurezza
7. Trasparenza
8. Diligenza e professionalità
9. Moralità
10. Correttezza in ambito contrattuale
11. Trattamento e protezione dei dati

<b>GR PUBBLICITA' S.R.L.</b>	<b>CODICE ETICO</b>		
	Rev. 02	Del 04/01/2024	Sez. 5
Pag. 2 di 8			

- 12. Professionisti
- 13. Erogazioni liberali, omaggistica, spese di rappresentanza
- 14. Rapporti con la Pubblica Amministrazione
- 15. Rapporti con i Partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni
- 16. Rapporti con i fornitori
- 17. Rapporti con i clienti
- 18. Conflitto di interessi
- 19. Disposizioni finali
- 20. Codice di condotta

**Normative e documenti di riferimento:**

D.Lgs. 196/2003;  
D.Lgs. 163/2006;  
D.Lgs. 81/2008;  
ex D.Lgs. 231/01  
SA8000;

Convenzione internazionale ILO  
Dichiarazione Universale dei Diritti Umani

**A tutti gli Amministratori, Soci, Dipendenti, Collaboratori interni ed esterni**

Tutti i destinatari del presente documento sono tenuti al rispetto dei seguenti principi di etica Comportamentale e delle regole previste dalle procedure aziendali e dalle normative vigenti. GR pubblicità, oltre a rispettare, nello svolgimento della propria attività, le leggi e i regolamenti, intende osservare gli standard riportati nel presente codice, nella conduzione quotidiana del proprio lavoro.

Il codice esprime gli impegni e le responsabilità etiche assunti da quanti, a vario titoli, collaborano alla realizzazione degli obiettivi di GR Pubblicità nei confronti di: possessori del capitale, dipendenti, collaboratori, consulenti esterni, fornitori, clienti ed altri soggetti che nel loro insieme si definiscono stakeholder in quanto portatori di interessi legati all'attività della stessa.

**1. Rispetto delle leggi e regolamenti**

Per GR Pubblicità l'osservanza delle normative e della legge è uno strumento fondamentale per il raggiungimento dei propri obiettivi, e per assicurare "Valore aggiunto" all'attività.

**2. Integrità di comportamento**

GR Pubblicità si ispira ai principi della responsabilità sociale a tutela dei propri stakeholder, e per questo assicura il massimo sforzo per la garanzia di qualità dei propri prodotti e/o servizi e trasparenza dei propri comportamenti sul mercato, operando con senso di responsabilità, in buona fede, stabilendo rapporti professionali e commerciali corretti, nonché tendendo alla valorizzazione e salvaguardia del patrimonio aziendale.

Le persone che operano nell'interesse o per incarico della GR Pubblicità, dipendenti, amministratori e collaboratori, si impegnano ad osservare i principi riportati dal presente codice.

Ciascuna persona svolge la propria attività lavorativa e le proprie prestazioni con diligenza, efficienza e correttezza, utilizzando al meglio gli strumenti aziendali, ed assumendosi le responsabilità connesse agli adempimenti assegnati.

### **3. Atteggiamenti discriminatori**

GR Pubblicità evita, nelle relazioni sia interne che esterne, ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alle opinioni politiche ed alle credenze religiose dei propri interlocutori.

### **4. Valorizzazione delle risorse umane**

GR Pubblicità ritiene che le risorse umane rappresentino il proprio capitale principale, per cui investe sulla formazione del personale e garantisce un ambiente di lavoro salubre e sicuro, tale da agevolare l'assolvimento delle mansioni affidate e da valorizzare le attitudini professionali di ciascuno, assicurando altresì il coinvolgimento e la responsabilizzazione delle persone, con riguardo agli specifici obiettivi da raggiungere ed alle modalità perseguibili.

L'Azienda nella gestione dei rapporti di lavoro e di collaborazione, si ispira al rispetto dei diritti dei lavoratori, garantendo il salario minimo, un orario di lavoro congruo, e combattendo il lavoro minorile e lo sfruttamento dei lavoratori.

### **5. Tutela del patrimonio sociale**

La gestione aziendale svolta, nel rispetto delle leggi vigenti, dello Statuto e del Codice, è indirizzata ad accrescere e rafforzare il patrimonio sociale, a tutela della GR Pubblicità stessa, del socio, dei creditori e del mercato. La corretta applicazione del presente Codice, delle corrispondenti norme gestionali risponde a questa esigenza, per creare "Valore aggiunto" ed eliminare minusvalenze occulte, fattori di deprezzamento dell'attività e rischi non gestiti.

### **6. Tutela dell'ambiente e sicurezza**

Facendo seguito al punto precedente, GR Pubblicità intende condurre la propria attività ed effettuare investimenti con criteri socialmente responsabili dal punto di vista ambientale, assicurando anche comunicazioni complete ed esaustive con la comunità, nel pieno rispetto del vigente D.Lgs. 156/06 e del D.Lgs. 81/2008

### **7. Trasparenza**

Tutte le azioni e le relazioni con i Fornitori ed i Clienti, devono essere effettuate garantendo correttezza, completezza, accuratezza, uniformità e tempestività dell'informazione, secondo le prescrizioni normative applicabili nella garanzia, comunque, di assicurare all'Azienda competitività nel mercato, nei limiti della tutela del know how e del patrimonio aziendale.

**8. Diligenza e professionalità**

I professionisti, i dipendenti ed i collaboratori svolgono diligentemente le proprie prestazioni professionali, operando nell'interesse dell'Azienda e perseguendo obiettivi di efficacia ed efficienza.

L'Azienda agisce nel rigoroso rispetto delle normative vigenti, profonde il massimo sforzo, per quanto di sua competenza, per contrastare la corruzione, la criminalità, il terrorismo e il riciclaggio ed esige che i destinatari del Codice operino con onestà e nell'assoluta legalità, evitando qualunque comportamento illecito anche se motivato dal perseguimento dell'interesse aziendale.

**9. Moralità**

La qualità e l'efficienza di GR Pubblicità, nonché la sua reputazione, costituiscono un patrimonio prezioso e sono determinate in misura sostanziale dalla condotta di ciascun Professionista, Dipendente e Collaboratore. Ognuno è quindi tenuto, con la propria condotta, a contribuire alla salvaguardia di tale patrimonio e, in particolare, della reputazione aziendale, sia nei luoghi di lavoro che al di fuori di essi ispirandosi costantemente a valori universali quali onestà, correttezza e buona fede.

**10. Correttezza in ambito contrattuale**

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere predisposti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti: GR Pubblicità si impegna ad assicurare l'informazione puntuale ed esaustiva su tutte le questioni riguardanti la propria attività, e a non sfruttare situazioni di vantaggio per inadeguata informazione o conoscenza delle proprie controparti, nel pieno rispetto delle disposizioni di legge in materia di Trattamento dei Dati (rif.Dlgs 196/03) e della riservatezza.

L'Azienda sostiene il principio dell'economia di mercato; si impegna ad esercitare una concorrenza leale e riconosce lo stesso diritto alle altre imprese. GR Pubblicità Srl rivendica leggi sulla concorrenza che mirano a proteggere questo principio, stabilisce autonomamente la propria politica commerciale e non fissa alcun prezzo in accordo o collusione con i concorrenti. L'azienda instaura rapporti corretti con i propri clienti e fornitori, nel rispetto delle leggi che regolano la concorrenza.

**11. Trattamento e Protezione dei dati**

La GR Pubblicità raccoglie e tratta dati personali di clienti, possessori del capitale, collaboratori, dipendenti e di altri soggetti, persone fisiche, che giuridiche, nel pieno rispetto delle vigenti disposizioni sul trattamento e tutela della privacy, D.Lgs 196/2003

**12. Professionisti**

La deontologia professionale non è stabilita per Legge, ma la sua definizione è lasciata agli Ordini e ai Consigli Nazionali.

Tutti i Professionisti che prestano le loro prestazioni per l'azienda, si devono attenere nello svolgimento delle loro mansioni alle prescrizioni del "Codice Deontologico Professionale" stabilito dal proprio ordine di appartenenza.

GR Pubblicità nella scelta/selezione dei "professionisti" con i quali collabora verifica i requisiti di competenza, professionalità e moralità di ognuno.

### **13. Erogazioni liberali, omaggistica, spese di rappresentanza, donazioni e sponsorizzazioni**

GR Pubblicità condanna tutte le pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni dirette e/o indirette di vantaggi personali. Non è ammessa alcuna forma di offerta, dazione promessa di denaro o di beni o benefici futuri (ad es. denaro, oggetti, prestazioni, favori) di qualsiasi natura a/da terzi che possa essere, anche solo indirettamente, interpretata come eccedente le normali manifestazioni di cortesia ammesse nella prassi commerciale, o comunque mirate ad ottenere trattamenti di favore nella conduzione degli affari. Le uniche forme di cortesia ammesse devono rientrare nel concetto di modico valore ed essere finalizzate a promuovere l'immagine di GR Pubblicità o iniziative da questa promosse: le stesse devono comunque essere autorizzate dalla direzione e supportate da idonea documentazione.

Sono ammesse soltanto le spese di rappresentanza ragionevoli ed effettuate in buona fede con le seguenti caratteristiche:

- Non prevedano la forma di pagamento in contanti
- Non prevedono corrispettivo
- Sono effettuate in relazione a finalità di business legittime
- Sono conformi agli standard di cortesia professionale generalmente accettati

Non sono previsti limiti di spesa, è consuetudine in Azienda che se un dipendente od un collaboratore devono sostenere delle spese classificabili di rappresentanza devono richiederne autorizzazione all'Amministratore o al CFO

Eventuali contributi sponsorizzazioni di GR Pubblicità destinati ad essere erogati in favore di enti e/associazioni senza fini di lucro devono essere elargiti nei limiti e nel rispetto delle disposizioni di Legge e di Regolamento vigenti. Il potere di stanziare tali somme per i contributi e le sponsorizzazioni come definiti nel presente paragrafo spetta all' Amministratore Unico. Tali iniziative (riguardanti temi del sociale, ambiente, sport, spettacolo, arte) presuppongono che il soggetto beneficiario sia un ente noto, affidabile e di comprovata reputazione.

### **14. Rapporti con la Pubblica Amministrazione**

Con il termine Pubblica Amministrazione si intende qualsiasi persona, soggetto, interlocutore qualificabile come pubblico ufficiale o incaricato di pubblico servizio, che operi per conto della Pubblica Amministrazione, centrale o periferica, o di autorità pubbliche di vigilanza. Autorità

indipendenti, istituzioni comunitarie, nonché di partner privati concessionari di pubblico servizio,

I rapporti con la Pubblica Amministrazione vengono tenuti da GR Pubblicità in funzione degli obblighi di legge e amministrativi, per necessità esplicite con finalità dichiarate, da gestire con la massima trasparenza ed eticità di comportamento in modo da non compromettere l'integrità di entrambe le parti.

Particolari cautele devono essere osservate nelle operazioni relative a procedure di gara, contratti, autorizzazioni, concessioni, licenze, richieste di finanziamenti di provenienza pubblica (statale o comunitaria).

#### **15. Rapporti con partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni**

GR Pubblicità non finanzia partiti né in Italia né all'estero, loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica. Si astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici (es. accettazione di segnalazioni ai fini delle assunzioni, contratti di consulenza).

#### **16. Rapporti con i fornitori**

Ogni acquisto in favore dell'azienda deve essere condotto con lealtà, integrità, riservatezza, diligenza, professionalità e obiettività di giudizio, da personale qualificato che si assume la responsabilità delle proprie valutazioni e dei propri giudizi, assicurando nell'attività di acquisto l'osservanza di tutte le disposizioni normative rilevanti. L'assunzione di impegni e la gestione dei rapporti con i fornitori, attuali e potenziali, deve svolgersi nel rispetto di quanto contenuto nel presente Codice Etico in materia di prevenzione del conflitto di interessi e nello specifico, i soggetti responsabili e addetti al processo di acquisto:

- sono tenuti al rispetto dei principi di imparzialità ed indipendenza nell'esercizio dei compiti e delle funzioni affidate, operando sulla base dell'adozione di criteri oggettivi e documentabili;
- devono mantenersi liberi da obblighi personali verso i fornitori; eventuali rapporti personali dei dipendenti e/o consulenti con i fornitori devono essere segnalati alla direzione prima di ogni trattativa;
- devono mantenere i rapporti e condurre le trattative con i fornitori in modo da creare una solida base per relazioni reciprocamente convenienti e di durata adeguata, nell'interesse dell'azienda;
- sono tenuti tassativamente a segnalare immediatamente all'Amministratore qualsiasi tentativo o caso di alterazione dei normali rapporti commerciali;
- non devono offrire beni o servizi, in particolare sotto forma di regali, a personale di altre società o enti per ottenere informazioni riservate o benefici diretti o indiretti rilevanti, per sé o per l'azienda;
- non devono accettare beni o servizi da soggetti esterni o interni a fronte del rilascio di notizie riservate o dell'avvio di azioni o comportamenti volti a favorire tali soggetti, anche nel caso non vi siano ripercussioni dirette per l'azienda.

<b>GR PUBBLICITA' S.R.L.</b>	<b>CODICE ETICO</b>		
	Rev. 02	Del 04/01/2024	Sez. 5
		Pag. <b>7</b> di <b>8</b>	

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto, deve essere garantita:

- un'adeguata ricostruibilità delle scelte adottate;
- la conservazione delle informazioni nonché di tutti i documenti rilevanti nella gestione del rapporto. Inoltre qualsiasi contratto di importo ritenuto significativo deve essere costantemente monitorato e autorizzato da soggetti dotati di adeguati poteri.

#### **17. Rapporti con i clienti**

La professionalità, la competenza, la disponibilità, il rispetto e la correttezza rappresentano i principi guida e lo stile di comportamento da seguire nei rapporti con i clienti. Per tutelare l'immagine e la reputazione dell'azienda è indispensabile che i rapporti con i clienti siano improntati:

- alla piena trasparenza e correttezza;
- al rispetto della legge;
- all'indipendenza nei confronti di ogni forma di condizionamento, sia interno sia esterno.

I contratti e le comunicazioni ai clienti devono essere:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- conformi alle politiche commerciali aziendali;
- completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente.

Scopi e destinatari delle comunicazioni devono determinare, di volta in volta, la scelta dei canali di contatto più idonei alla trasmissione dei contenuti impegnandosi a non utilizzare strumenti di comunicazione ingannevoli o non veritieri.

#### **18. Conflitti di interesse**

Tutte le eventuali attività svolte dai Dipendenti, Collaboratori, Amministratori e Soci al di fuori del rapporto con la società, che possono determinare conflitti di interesse con le attività operative, devono essere comunicate al proprio Responsabile o all'Amministratore

#### **19. Disposizioni finali**

Il presente Codice Etico è stato approvato dall'Amministratore Unico in data 04/01/2016. Ogni variazione e/o integrazione del presente Codice etico sarà approvata dall'Amministratore Unico e diffusa tempestivamente ai destinatari. Chiunque venga a conoscenza di una violazione del presente Codice Etico deve darne tempestiva comunicazione all'Amministratore Unico all'indirizzo mail personale comunicato al momento della consegna/formazione del presente documento

#### **20. Codice di condotta**

<b>GR PUBBLICITA' S.R.L.</b>	<b>CODICE ETICO</b>		
	Rev. 02	Del 04/01/2024	Sez. 5
			Pag. <b>8</b> di <b>8</b>

Il codice di condotta definisce regole di comportamento relative all'applicazione del presente Codice e si rivolge a tutti i soggetti interni ed esterni che operano o collaborano con GR Pubblicità.

**L'AMMINISTRATORE UNICO**  
(Stefano Rampinini)

**Legnano il 04/01/2024**

**GR PUBBLICITA' SRL a Socio Unico**

Via Picasso, 22/24  
Tel. 0331.577547  
20025 LEGNANO (MI)  
C.F. e P.IVA 08455790157