

# CODICE ETICO

## EUROLINK

| Redazione              | Verifica                                 | Approvazione                 |
|------------------------|------------------------------------------|------------------------------|
| Organismo di Vigilanza | Ufficio<br>Affari<br>Legali e<br>Fiscali | Consiglio di Amministrazione |

| Revisione | Oggetto Modifica                 | Data |
|-----------|----------------------------------|------|
| 1.0       | Prima emissione del Codice Etico |      |
| 2.0       | Aggiornamento Codice Etico       |      |

### SOMMARIO

|                                                                                                                                   |          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>SOMMARIO.....</b>                                                                                                              | <b>1</b> |
| <b>1 INTRODUZIONE.....</b>                                                                                                        | <b>4</b> |
| 1.1. CODICE ETICO .....                                                                                                           | 4        |
| 1.2. Adozione del Codice Etico nell'ambito del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del d.lgs. 231/2001 ..... | 4        |
| 1.3. Rispetto delle norme.....                                                                                                    | 5        |
| 1.4. Un approccio cooperativo e di trasparenza .....                                                                              | 5        |
| 1.5. Comportamenti contrari ai principi.....                                                                                      | 5        |
| 1.6. Il valore della reputazione .....                                                                                            | 5        |

Questo documento è in copia controllata solo se visualizzato come file.pdf archiviato nel server dell'Azienda e pubblicato su Portale Aziendale.

La copia su carta o parti di esso costituisce COPIA NON CONTROLLATA.

|          |                                                                                             |           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1.7.     | Il valore della reciprocità .....                                                           | 6         |
| <b>2</b> | <b>PRINCIPI GENERALI .....</b>                                                              | <b>6</b>  |
| 2.1.     | IMPARZIALITA' .....                                                                         | 6         |
| 2.2.     | Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse .....                              | 6         |
| 2.3.     | Riservatezza.....                                                                           | 7         |
| 2.4.     | Valore delle risorse .....                                                                  | 7         |
| 2.5.     | Correttezza nei rapporti gerarchici.....                                                    | 7         |
| 2.6.     | Integrità morale della persona .....                                                        | 7         |
| 2.7.     | Trasparenza e completezza delle informazioni .....                                          | 7         |
| 2.8.     | Diligenza ed accuratezza nell'esecuzione dei compiti e dei contratti .....                  | 8         |
| 2.9.     | Correttezza ed equità nella gestione dei rapporti contrattuali .....                        | 8         |
| 2.10.    | Concorrenza leale .....                                                                     | 8         |
| 2.11.    | Responsabilità verso la collettività .....                                                  | 8         |
| 2.12.    | Tutela ambientale .....                                                                     | 8         |
| 2.13.    | Utilizzo delle risorse finanziarie .....                                                    | 9         |
| <b>3</b> | <b>CRITERI DI CONDOTTA .....</b>                                                            | <b>9</b>  |
|          | <b>SEZIONE I - CRITERI DI CONDOTTA IN GENERALE .....</b>                                    | <b>9</b>  |
| 3.1.     | Trattamento delle informazioni .....                                                        | 9         |
| 3.2.     | Norme anticorruzione .....                                                                  | 9         |
| 3.3.     | Regali, omaggi e benefici.....                                                              | 10        |
| 3.4.     | Comunicazione all'esterno .....                                                             | 10        |
|          | <b>SEZIONE II - CRITERI DI CONDOTTA NELLA GESTIONE AZIENDALE .....</b>                      | <b>11</b> |
| 3.5.     | Governo e direzione dell'azienda.....                                                       | 11        |
| 3.6.     | Rapporti con il collegio sindacale e i revisori .....                                       | 11        |
|          | <b>SEZIONE III - CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I DIPENDENTI.....</b>              | <b>11</b> |
| 3.7.     | Selezione del personale.....                                                                | 11        |
| 3.8.     | Costituzione del rapporto di lavoro.....                                                    | 11        |
| 3.9.     | Gestione del personale.....                                                                 | 12        |
| 3.10.    | Sicurezza e salute .....                                                                    | 13        |
| 3.11.    | Tutela della riservatezza dei dati personali .....                                          | 13        |
| 3.12.    | Integrità e tutela della persona.....                                                       | 13        |
| 3.13.    | Doveri dei Destinatari .....                                                                | 14        |
|          | <b>SEZIONE IV - CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI INTERLOCUTORI DIRETTI.....</b>  | <b>15</b> |
| 3.14.    | Imparzialità e correttezza nei rapporti con gli Interlocutori Diretti.....                  | 15        |
| 3.15.    | Comunicazioni agli Interlocutori Diretti.....                                               | 16        |
|          | <b>SEZIONE V - I CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI INTERLOCUTORI DIRETTI.....</b> | <b>16</b> |
| 3.16.    | Scelta del fornitore .....                                                                  | 16        |
|          | <b>SEZIONE VI - CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ .....</b>           | <b>17</b> |
| 3.17.    | Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni .....              | 17        |
| 3.18.    | Rapporti istituzionali .....                                                                | 17        |

|                                                                                  |              |                 |             |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------|-------------|
|  | Codice Etico | Tipologia       | POL         |
|                                                                                  |              | Rev.            | 2.0         |
|                                                                                  |              | Data            | 07/2025     |
|                                                                                  |              | Classificazione | Uso interno |
|                                                                                  |              | Pagina          | 3 di 20     |

4

MODALITA' DI ATTUAZIONE.....
18

4.1

Organismo di Vigilanza.....
18

4.2

Compiti dell’Organismo di Vigilanza in materia di attuazione e controllo del Codice Etico .....
18

4.3

Comunicazione e formazione.....
19

4.4

Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza.....
19

4.5

Violazioni del Codice Etico .....
19

ALLEGATO 1.....

19

BOZZA DICHIARAZIONE ADESIONE AL CODICE ETICO .....

19

## 1 INTRODUZIONE

### 1.1. CODICE ETICO

Il Codice Etico contiene l'insieme dei principi e delle regole cui attenersi nella conduzione degli affari e delle attività aziendali di Eurolink S.r.l. ("*Eurolink*" o "*la Società*").

I destinatari del Codice Etico sono la Società, i suoi organi amministrativi, i membri dell'Organismo di Vigilanza, e comunque tutti i dipendenti, nonché i collaboratori a qualsiasi titolo della stessa ("*Destinatari*").

I principi e le regole di comportamento previste dal Codice Etico permeano i processi decisionali e la formazione professionale e orientano i comportamenti della società. Tali regole sono vincolanti, nell'ambito dello svolgimento delle attività aziendali, per i destinatari e si richiede che lo siano anche per gli Interlocutori Diretti (come definiti, ai fini del presente Codice Etico, nel successivo art. 1.4.).

Il Codice Etico si compone:

- dei principi generali, sulla base dei quali la società regola i rapporti tra la Società ed i destinatari; i destinatari, nei rapporti tra loro e nei rapporti con gli Interlocutori Diretti;
- dei criteri di condotta che stabiliscono le linee guida, di ordine generale, alle quali la Società, i destinatari e gli Interlocutori Diretti devono attenersi nello svolgimento di ogni attività aziendale;
- dei meccanismi necessari ad attuare, monitorare e diffondere il Codice Etico, e a garantirne il migliore rispetto da parte dei destinatari.

### 1.2. ADOZIONE DEL CODICE ETICO NELL'AMBITO DEL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO AI SENSI DEL D.LGS. 231/2001

La Società, sensibile all'esigenza di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione delle attività aziendali, ha adottato il Codice Etico con apposita delibera del Consiglio di Amministrazione in data 10 aprile 2025

La Società richiede che tutti i propri interlocutori diretti si uniformino nei loro comportamenti ai principi e alle regole di comportamento esposte nel presente Codice Etico.

L'approvazione del Codice Etico avviene nell'ambito dell'adozione da parte della Società del Modello Organizzativo e di gestione predisposto ai sensi del d.lgs. 8 giugno 2001 n. 231 (*"Modello"*), di cui il Codice Etico è parte integrante e sostanziale.

### 1.3. RISPETTO DELLE NORME

La Società e tutti i destinatari si impegnano a rispettare:

- tutte le leggi e le norme vigenti nei luoghi in cui la società eserciti le proprie attività aziendali,
- il Codice Etico e le disposizioni del Modello e
- le procedure interne di volta in volta applicabili (collettivamente le *"Norme"*).

Qualsiasi comportamento posto in essere in violazione delle Norme deve essere immediatamente interrotto e ne deve essere data comunicazione all'Organismo di Vigilanza di Dimira S.r.l.

### 1.4. UN APPROCCIO COOPERATIVO E DI TRASPARENZA

La Società impronta il proprio operare alla trasparenza e allo sviluppo di un rapporto di fiducia con gli interlocutori. In modo particolare, ciò avviene (a) nell'ambito dei rapporti tra la Società e i destinatari, (b) tra i destinatari nei rapporti tra loro, e (c) nei rapporti con gli Interlocutori Diretti delle società. Questi ultimi sono gli individui, i gruppi, le associazioni o le istituzioni private e pubbliche, ivi inclusi, senza limitazione, i Collaboratori Diretti, i clienti, i Fornitori ed i partner d'affari, il cui apporto in termini commerciali, amministrativi e finanziari in genere è richiesto per realizzare l'oggetto sociale della società, o che hanno comunque un interesse e/o un ruolo nel suo perseguimento (*"Interlocutori Diretti"*).

### 1.5. COMPORTAMENTI CONTRARI AI PRINCIPI

La Società è ben consapevole che i comportamenti contrari ai principi qui esposti possono compromettere l'attività, il buon nome e persino l'esistenza stessa della Società, oltre che i rapporti tra la società ed i destinatari, tra i destinatari nei rapporti tra loro, nonché con gli Interlocutori Diretti della Società.

### 1.6. IL VALORE DELLA REPUTAZIONE

La buona reputazione costituisce un obiettivo di primaria importanza per Eurolink; essa infatti:

- a) all'esterno, favorisce gli investimenti dei soci, l'attrazione delle migliori risorse umane, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i creditori, e l'efficacia nei rapporti con gli Interlocutori Diretti;
- b) all'interno, consente la serena assunzione e attuazione delle decisioni tra la Società e i destinatari e nei rapporti tra i destinatari.

Il rispetto dei principi contenuti nel Codice Etico è uno degli elementi che contribuiscono alla conservazione della reputazione della Società.

La Società, pertanto, ne sostiene e favorisce l'effettiva osservanza da parte tanto dei Destinatari che degli Interlocutori Diretti, come sopra individuati.

## 1.7. IL VALORE DELLA RECIPROCIÀ

Questo Codice è improntato a un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno. La Società invita perciò tutti i destinatari e gli Interlocutori Diretti a uniformare il proprio comportamento, nei rapporti con ogni società, ai principi e alle regole ispirate a tale valore.

## 2 PRINCIPI GENERALI

### 2.1. IMPARZIALITA'

La Società rifugge ogni discriminazione fondata sul sesso, sullo stato di salute, sulla razza, la nazionalità, la lingua, le opinioni politiche e religiose, le preferenze sessuali e l'età nell'esercizio delle proprie attività (incluso la scelta degli investimenti, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori).

### 2.2. CORRETTEZZA IN CASO DI POTENZIALI CONFLITTI DI INTERESSE

Nell'esercizio delle attività aziendali, devono sempre evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle operazioni siano, o possano essere, in conflitto di interessi. Con ciò si intende sia il caso in cui un destinatario, o un Interlocutore Diretto a seconda dei casi, persegua un interesse diverso dalle direttive della Società e dal bilanciamento degli interessi dei soci o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari della Società, sia il caso in cui i rappresentanti degli

Interlocutori Diretti agiscano in contrasto con i doveri fiduciari o istituzionali legati alla loro posizione.

### 2.3. RISERVATEZZA

La Società assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa autorizzazione da parte del soggetto i cui dati vengono trattati, e fermi comunque i limiti di legge. I destinatari e gli Interlocutori Diretti sono, inoltre, tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi all'esercizio della propria attività, e a mantenere il più stretto riserbo su ogni informazione riservata (confidenziale, rilevante, privilegiata o suscettibile di diventarlo) appresa nell'ambito della propria attività.

### 2.4. VALORE DELLE RISORSE

La Società s'impegna a valorizzare le proprie risorse ai fini del raggiungimento dell'oggetto sociale.

### 2.5. CORRETTEZZA NEI RAPPORTI GERARCHICI

Nei rapporti organizzativi che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche all'interno della Società, chiunque si trovi in posizione gerarchicamente superiore s'impegna a esercitare il proprio ruolo con equità e correttezza, evitando ogni forma di prevaricazione.

In particolare, la Società garantisce che l'esercizio del ruolo gerarchico superiore avvenga nel rispetto della dignità e dell'autonomia dei propri dipendenti e degli Interlocutori Diretti, e che le scelte di organizzazione del lavoro siano a ciò orientate.

### 2.6. INTEGRITÀ MORALE DELLA PERSONA

La Società s'impegna a tutelare l'integrità morale dei propri Destinatari e degli Interlocutori Diretti, offrendo condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale, nonché ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Non sono in alcun modo tollerati comportamenti volti a indurre i destinatari o gli Interlocutori Diretti ad agire in contrasto con la legge, il Codice Etico o il Modello, o ad adottare comportamenti lesivi del principio di non discriminazione.

### 2.7. TRASPARENZA E COMPLETEZZA DELLE INFORMAZIONI

Questo documento è in copia controllata solo se visualizzato come file.pdf archiviato nel server dell'Azienda e pubblicato su Portale Aziendale.

La copia su carta o parti di esso costituisce COPIA NON CONTROLLATA.

Tutti i Destinatari e gli Interlocutori Diretti del presente Codice Etico e del Modello sono tenuti a dare informazioni complete, corrette, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nei rapporti con la Società, tutti i soggetti coinvolti siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli. Nell'instaurazione dei rapporti contrattuali, la Società ha cura di specificare al contraente i comportamenti da tenere in modo chiaro e comprensibile.

La Società, inoltre, si assicura, attraverso apposite clausole contrattuali, che tutti gli Interlocutori Diretti si impegnino a rispettare i principi contenuti nel Codice Etico e le disposizioni del Modello Organizzativo.

## **2.8. DILIGENZA ED ACCURATEZZA NELL'ESECUZIONE DEI COMPITI E DEI CONTRATTI**

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti in buona fede e secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti.

## **2.9. CORRETTEZZA ED EQUITÀ NELLA GESTIONE DEI RAPPORTI CONTRATTUALI**

Chiunque operi in nome e per conto della Società non deve approfittare di eventuali lacune contrattuali o di eventi imprevisti, improntando il proprio agire alla correttezza, all'equità e alla buona fede.

## **2.10. CONCORRENZA LEALE**

La Società tutela la concorrenza leale, astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante e s'impegna a denunciare agli organi competenti, mediante strumenti di *reporting* adeguati, tutte le pratiche volte a ridurre la libera concorrenza nel mercato.

## **2.11. RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ**

La Società è consapevole dell'influenza che le proprie attività aziendali possono avere sulle condizioni e sul benessere generale della collettività, e orienta quindi la propria attività al rispetto della legge, dei principi contenuti nel Codice Etico e delle norme stabilite dal Modello.

## **2.12. TUTELA AMBIENTALE**

|                                                                                  |                     |                 |             |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|-------------|
|  | <b>Codice Etico</b> | Tipologia       | POL         |
|                                                                                  |                     | Rev.            | 2.0         |
|                                                                                  |                     | Data            | 07/2025     |
|                                                                                  |                     | Classificazione | Uso interno |
|                                                                                  |                     | Pagina          | 9 di 20     |

La Società s’impegna a rispettare le leggi e i regolamenti, in materia ambientale, vigenti in ogni paese ove si svolga la propria attività.

### 2.13. UTILIZZO DELLE RISORSE FINANZIARIE

La Società richiede, a tutti i soggetti che utilizzino risorse finanziarie della stessa, di agire secondo criteri improntati alla legalità e correttezza.

## 3 CRITERI DI CONDOTTA

### SEZIONE I - CRITERI DI CONDOTTA IN GENERALE

#### 3.1. TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI

Qualsiasi informazione afferente la Società, le attività aziendali, i Destinatari e gli Interlocutori Diretti deve essere trattata nel pieno rispetto della riservatezza e dei dati personali degli interessati, conformemente alla normativa in materia; a tal fine, sono applicate e costantemente aggiornate politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni.

#### 3.2. NORME ANTICORRUZIONE

La Società ha recepito la “Procedura Anticorruzione” già adottata dal Gruppo Digital Value, che deve essere rispettata dai Destinatari e dagli Interlocutori Diretti.

Scopo della Politica Anticorruzione è quello di:

- fornire un quadro operativo e trasparente per la prevenzione e la gestione di ogni potenziale episodio di corruzione;
- garantire che tutte le attività, anche quelle svolte in ambiente digitale, siano condotte in conformità ai più elevati standard etici e di legalità;
- assicurare il rispetto delle prassi ANAC per la gestione dei rischi corruttivi, con particolare attenzione alle transazioni e alle interazioni digitali.

La procedura “Anticorruzione” persegue i seguenti obiettivi:

#### **Prevenzione e mitigazione**

- identificare e prevenire comportamenti e situazioni a rischio di corruzione, anche in ambito digitale;

- implementare procedure di due diligence specifiche per transazioni online e interazioni digitali, integrando strumenti di monitoraggio e controllo.

**Trasparenza ed Integrità**

- promuovere una cultura aziendale basata su trasparenza, correttezza e responsabilità;
- garantire che ogni processo decisionale e ogni transazione siano documentati e verificabili, riducendo il rischio di abusi o comportamenti illeciti.

**Conformità Normativa**

- adeguare le procedure interne alle normative vigenti e alle prassi ANAC, assicurando un costante aggiornamento del quadro normativo e procedurale.
- fornire linee guida operative chiare per la gestione delle attività corruttive, sia in ambito tradizionale che digitale.

**3.3. REGALI, OMAGGI E BENEFICI**

E' vietato ai Destinatari e agli Interlocutori Diretti promettere o offrire a terzi regali, omaggi o benefici che possano essere considerati eccedenti le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolti ad acquisire trattamenti di favore nell'esercizio di qualsiasi attività collegabile alla Società. In particolare, è vietato promettere o offrire regali, omaggi o benefici a funzionari pubblici italiani ed esteri, o a loro familiari.

Tale norma non ammette deroghe nemmeno in relazione a quei paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali è consuetudine; si precisa che per dono si intende qualsiasi tipo di beneficio.

In ogni caso la Società deve astenersi dal porre in essere attività non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dai codici etici - se noti - delle aziende o degli enti con cui ha rapporti. I regali offerti - salvo quelli di modico valore - devono essere documentati in modo adeguato a consentire verifiche, nonché autorizzati dall'Amministratore Delegato, il quale provvede a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza della Società.

I destinatari che ricevono omaggi o benefici non consentiti sono tenuti a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza che ne valuta l'appropriatezza e provvede, se lo ritiene necessario, a far notificare al mittente la politica della Società in materia.

**3.4. COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO**

La comunicazione della Società verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione, e in nessun caso è consentito divulgare notizie non rispondenti al vero. Ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale e deve essere realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività, salvaguardando le eventuali informazioni riservate e i segreti industriali.

## **SEZIONE II - CRITERI DI CONDOTTA NELLA GESTIONE AZIENDALE**

### **3.5. GOVERNO E DIREZIONE DELL'AZIENDA**

Nella conduzione delle attività aziendali la Società gestisce il patrimonio aziendale salvaguardandolo nell'interesse prioritario dei suoi soci, astenendosi dal porre in essere comportamenti lesivi dell'integrità dello stesso e vigilando affinché i beni del patrimonio aziendale siano utilizzati per fini connessi al perseguimento dell'oggetto sociale.

La Società tiene un comportamento trasparente nei confronti dei sindaci e dell'assemblea dei soci in relazione alle risultanze aziendali e, più in generale, a tutte le scelte gestionali, amministrative e organizzative poste in essere dai competenti organi interni.

### **3.6. RAPPORTI CON IL COLLEGIO SINDACALE E I REVISORI**

Nei rapporti con il collegio sindacale e i revisori deve essere garantita la massima collaborazione e trasparenza. In particolare, i Destinatari devono astenersi da qualsiasi condotta di natura commissiva o omissiva che possa impedire od ostacolare l'attività dei sindaci e dei revisori.

## **SEZIONE III - CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I DIPENDENTI**

### **3.7. SELEZIONE DEL PERSONALE**

La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi e alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati; le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psico-attitudinale, nel rispetto della sfera privata, delle opinioni del candidato e del principio di non discriminazione.

### **3.8. COSTITUZIONE DEL RAPPORTO DI LAVORO**

Questo documento è in copia controllata solo se visualizzato come file.pdf archiviato nel server dell'Azienda e pubblicato su Portale Aziendale.

La copia su carta o parti di esso costituisce COPIA NON CONTROLLATA.

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro; non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare.

Ogni collaboratore riceve accurate e chiare informazioni relative a:

- caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere;
- elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto collettivo di lavoro applicabile;
- norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- il Codice Etico.

Contestualmente all'assunzione, viene comunicato al neoassunto che copia del Modello è disponibile su sito internet della Società, e viene fatta sottoscrivere, per espressa accettazione, copia del Codice Etico. La copia sottoscritta dovrà essere consegnata all'Organismo di Vigilanza, che provvederà alla creazione di un archivio ad hoc.

### 3.9. GESTIONE DEL PERSONALE

Ferme restando le regole generali poste dal presente Codice Etico, nella gestione del personale devono essere rispettati i seguenti principi:

- a) la Società deve evitare qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei dipendenti e nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai dipendenti e/o su considerazioni di merito;
- b) l'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità; inoltre, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, sono favorite quelle forme di flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolano la gestione dello stato di maternità e in generale della cura dei figli;
- c) i responsabili utilizzano e valorizzano pienamente tutte le professionalità presenti nella struttura. La Società promuove, per quanto possibile, il miglioramento delle competenze professionali, anche attraverso una formazione mirata dei dipendenti;

- d) la Società mette a disposizione di tutti i propri dipendenti strumenti informativi e formativi, con l'obiettivo di accrescere le specifiche competenze e conservare il valore professionale del personale;
- e) l'attenzione alle opinioni dei collaboratori, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali. Il dipendente deve, comunque, concorrere sempre all'attuazione delle attività stabilite;

### 3.10. SICUREZZA E SALUTE

La Società s'impegna a rispettare la normativa vigente in tema di sicurezza e salute sul luogo di lavoro. A tal fine, s'impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i dipendenti e collaboratori in genere. La Società opera, inoltre, per preservare, con idonee e mirate azioni preventive, la salute e la sicurezza dei dipendenti e dei collaboratori in genere.

Tali obiettivi sono raggiunti attraverso:

- l'introduzione di un sistema di gestione dei rischi e della sicurezza;
- l'apporto di interventi formativi e di comunicazione;
- la predisposizione di specifiche procedure operative.

### 3.11. TUTELA DELLA RISERVATEZZA DEI DATI PERSONALI

La tutela dei dati personali dei Destinatari, e degli Interlocutori Diretti in genere, è tutelata adottando standard che specificano le informazioni che la società richiede ai destinatari ed agli Interlocutori Diretti, le relative modalità di trattamento e conservazione, essendo esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e la vita privata dei destinatari, dei dipendenti e degli Interlocutori Diretti in genere. Tali standard prevedono inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun dipendente, delle norme a protezione della privacy. Nel caso di trattamento di dati personali, la Società adotta tutte le precauzioni necessarie e gli adempimenti prescritti dalla legge.

### 3.12. INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA

La Società s’impegna a tutelare l’integrità dei Destinatari e dei dipendenti, garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. A tal fine, essa salvaguarda i lavoratori da atti di violenza psicologica e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze.

Il dipendente della Società che ritiene di essere stato oggetto di molestie, o di essere stato discriminato per motivi legati all’età, al sesso, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alla lingua, alle opinioni politiche, alle credenze religiose o alle preferenze sessuali, può segnalare l’accaduto all’Organismo di Vigilanza per la valutazione dell’effettiva violazione del Codice Etico.

### 3.13. DOVERI DEI DESTINATARI

Ferma restando l’osservanza delle regole contenute nel presente Codice Etico, i doveri dei dipendenti della Società si conformano ai seguenti principi:

- a) il dipendente deve agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando le prestazioni richieste;
- b) il dipendente deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza delle informazioni in ambito aziendale per garantire l’integrità, la riservatezza e la disponibilità di queste ultime, ed è tenuto ad elaborare i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta;
- c) i dipendenti della Società sono tenuti ad evitare le situazioni in cui si possono manifestare conflitti di interessi e ad astenersi dall’avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni; a titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare conflitto di interessi le seguenti situazioni:
  - occupare una posizione di vertice all’interno della Società e al contempo coltivare interessi economici con fornitori, clienti o concorrenti anche attraverso i propri familiari;

- occuparsi dei rapporti con i fornitori all'interno della Società e al contempo svolgere attività lavorative, anche attraverso un proprio familiare, presso fornitori;
  - accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con la Società;
- d) nel caso in cui si manifesti anche solo l'apparenza di un conflitto d'interessi, il dipendente è tenuto a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza, che valuta se effettivamente sussista una situazione di conflitto d'interessi, e fornisce le indicazioni in merito a come procedere;
- e) il dipendente è tenuto, inoltre, a dare informazione all'Organismo di Vigilanza di situazioni di potenziale conflitto di interessi, anche quando queste possano insorgere in relazione ad attività dallo stesso svolte al di fuori dell'orario lavorativo;
- f) ogni dipendente è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego. In particolare, ogni dipendente deve:
- utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni a lui affidati, prestando particolare attenzione alla gestione delle risorse finanziarie della Società di cui sia in possesso;
  - ed evitare l'utilizzo improprio dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'azienda;
- g) ogni dipendente è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate e ha il dovere di informare tempestivamente la Società di eventuali rischi o eventi dannosi;
- h) per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ogni dipendente è tenuto a evitare l'uso dei mezzi informatici della Società per diffondere informazioni personali, riservate e qualsiasi altro materiale della Società.

## **SEZIONE IV - CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI INTERLOCUTORI DIRETTI**

### **3.14. IMPARZIALITÀ E CORRETTEZZA NEI RAPPORTI CON GLI INTERLOCUTORI DIRETTI**

La Società s’impegna a non discriminare i propri Interlocutori Diretti. La contrattazione con i fornitori è condotta nel rispetto del principio della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche ed è garantita la pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla Società, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell’oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono peraltro ed in ogni caso da evitare pratiche elusive o comunque scorrette.

### 3.15. COMUNICAZIONI AGLI INTERLOCUTORI DIRETTI

Le comunicazioni della Società sono:

- chiare e semplici, formulate 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;
- complete, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente;
- vere, e non ingannevoli quanto al contenuto ed allo strumento di comunicazione.

## SEZIONE V - I CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI INTERLOCUTORI DIRETTI

### 3.16. SCELTA DEL FORNITORE

Ferma restando l’applicazione delle regole generali contenute nel presente Codice Etico, i processi di acquisto seguiranno i seguenti criteri:

- f) la ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società, la garanzia delle pari opportunità per ogni fornitore, la lealtà e l’imparzialità;
- g) in particolare, nell’ambito dei processi di acquisto, la Società è tenuta a :
  - non precludere ad alcuno in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di partecipare alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili, e
  - assicurare una concorrenza sufficiente;

la Società si riserva il diritto, senza pregiudizio nei confronti di altri possibili fornitori, di instaurare rapporti privilegiati con tutti i soggetti che uniformino i propri comportamenti a quelli adottati dalla Società nel presente Codice Etico.

## **SEZIONE VI - CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ**

### **3.17. RAPPORTI ECONOMICI CON PARTITI, ORGANIZZAZIONI SINDACALI ED ASSOCIAZIONI**

La Società non finanzia partiti politici o associazioni con finalità politiche sia in Italia che all'estero, i loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica. La Società si astiene inoltre da qualsiasi pressione diretta o indiretta su esponenti politici.

La Società non eroga contributi a organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi.

E' tuttavia possibile cooperare, anche finanziariamente, con tali organizzazioni per specifici progetti in base ai seguenti criteri:

- la finalità del progetto sia riconducibile all'oggetto sociale della Società;
- la destinazione delle risorse eventualmente erogate dalla Società sia chiara e documentabile;
- l'Organismo di Vigilanza abbia previamente ed espressamente autorizzato l'erogazione delle risorse.

### **3.18. RAPPORTI ISTITUZIONALI**

Ogni rapporto con le istituzioni, anche internazionali, è limitato esclusivamente alle eventuali implicazioni dell'attività legislativa e amministrativa nei confronti della Società, alle richieste informali delle istituzioni stesse, nonché agli atti di sindacato ispettivo disposti da queste ultime, o, comunque a rendere nota la propria posizione su temi rilevanti per la Società. A tal fine, la Società s'impegna a:

-instaurare, senza alcun tipo di discriminazione, canali di comunicazione con tutti gli interlocutori istituzionali;

-rappresentare gli interessi e le posizioni della Società in maniera trasparente, rigorosa e coerente, evitando ogni collusione.

Al fine di garantire la massima chiarezza nei rapporti, i contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente tramite referenti che abbiano ricevuto esplicito mandato dal Consiglio di Amministrazione.

## **4 MODALITA' DI ATTUAZIONE**

### **4.1 ORGANISMO DI VIGILANZA**

Con l'approvazione del Modello Organizzativo ai sensi del d.lgs. 231/01, di cui il Codice Etico è parte integrante, è stato istituito l'Organismo di Vigilanza della Società, organo interno della stessa società a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento del Modello e curarne l'aggiornamento.

### **4.2 COMPITI DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA IN MATERIA DI ATTUAZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO**

Tra i compiti e i poteri dell'Organismo di Vigilanza, le cui funzioni e attribuzioni specifiche sono elencate nel Modello, vi sono le seguenti:

- h) vigilanza sull'effettività del Modello (e del Codice Etico) e verifica della coerenza tra i comportamenti concreti ed il Modello in vigore;
- i) verifica costante sulla adeguatezza del Modello (e del Codice Etico), in particolare delle reali capacità dello stesso di prevenire comportamenti contrari alle disposizioni ivi contemplate e, quindi, anche del Codice Etico;
- j) analisi periodica della attualità del Modello e delle funzionalità dello stesso (e del Codice Etico);
- k) aggiornamento e adeguamento del Modello (e del Codice Etico) in base alle eventuali modifiche della disciplina normativa applicabile con riferimento all'esercizio delle attività aziendali;
- l) verifica delle violazioni del Modello (e del Codice Etico) e predisposizione di un sistema di misure sanzionatorie adeguato.

|                                                                                  |                     |                 |             |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|-------------|
|  | <b>Codice Etico</b> | Tipologia       | POL         |
|                                                                                  |                     | Rev.            | 2.0         |
|                                                                                  |                     | Data            | 07/2025     |
|                                                                                  |                     | Classificazione | Uso interno |
|                                                                                  |                     | Pagina          | 19 di 20    |

#### 4.3 COMUNICAZIONE E FORMAZIONE

E' compito dell'Organismo di Vigilanza assicurarsi che il Codice Etico sia portato a conoscenza di tutti i Destinatari e nella misura massima possibile degli Interlocutori Diretti. In tal senso, la Società predispone apposite e idonee attività di comunicazione (tra le quali, ad es., la consegna di una copia del Codice Etico a tutti i destinatari, la predisposizione di apposita sezione del sito internet, l'inserimento di apposite clausole contrattuali che fanno riferimento al Codice Etico). Allo scopo di favorire la corretta comprensione del Codice Etico, la Società s'impegna a organizzare interventi formativi e informativi nei confronti dei propri dipendenti volti a favorire la conoscenza dei principi e delle norme del Modello nonché del Codice Etico.

#### 4.4 SEGNALAZIONI ALL'ORGANISMO DI VIGILANZA

Tutti i destinatari sono tenuti a comunicare direttamente all'Organismo di Vigilanza, senza obbligo di rispettare la via gerarchica, situazioni, fatti o atti che, nell'ambito dell'attività aziendale, si pongano in violazione con le disposizioni del Modello nonché del Codice Etico. Le segnalazioni possono essere inviate all'indirizzo di posta elettronica <odv-231\_Eurolink@digitalvalue.it>.

#### 4.5 VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO

L'Organismo di Vigilanza accerta le violazioni al Modello e al Codice Etico e comunica, con sufficiente dettaglio di informazioni, gli esiti delle proprie verifiche all'organo amministrativo della Società per l'adozione dei provvedimenti o delle sanzioni del caso.

\* \* \* \* \*

### ALLEGATO 1

#### BOZZA DICHIARAZIONE ADESIONE AL CODICE ETICO

|                                                                                  |                         |                 |             |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------|-------------|
|  | <b>Codice<br/>Etico</b> | Tipologia       | POL         |
|                                                                                  |                         | Rev.            | 2.0         |
|                                                                                  |                         | Data            | 07/2025     |
|                                                                                  |                         | Classificazione | Uso interno |
|                                                                                  |                         | Pagina          | 20 di 20    |

Il sottoscritto, **xxx**, nella sua qualità di **yyy**, sottoscrive il presente Codice Etico per espressa accettazione delle sue disposizioni ed impegno ad uniformarvi i propri comportamenti nei rapporti con Eurolink S.r.l. Il sottoscritto dichiara, altresì, di essere stato preventivamente informato del carattere tassativo e vincolante del contenuto del presente Codice Etico, e delle conseguenze della violazione delle disposizioni ivi contenute.

**(xxx)**