

Bartoli S.p.a.

Via Volterrana 9
50124 FIRENZE
CODICE FISCALE / PARTITA IVA 00430590489

CODICE ETICO

Documento adottato con delibera del CdA del 27 aprile 2026

INDICE

1. Introduzione

2. Destinatari e ambito di applicazione

3. Principi e valori

4. Regole di comportamento

5. Validità, pubblicità e aggiornamento del Codice Etico

1. Introduzione

Il Codice Etico contiene i principi etici e le regole generali di comportamento che caratterizzano l'organizzazione e l'attività di BARTOLI Spa. La società, nell'ambito delle dinamiche e delle esigenze di carattere imprenditoriale ed economico, ha tra i suoi valori primari quello dell'etica aziendale, per mezzo della quale trasmettere un messaggio di lealtà, correttezza e rispetto nella realtà in cui opera.

Il presente Codice rappresenta uno strumento per favorire la diffusione di comportamenti etici e costituisce parte integrante del sistema di controllo interno della Società.

Il Codice Etico si compone di tre parti:

Principi e Valori: sono evidenziati i principi etici ed i valori a cui la Società aderisce e a cui sono chiamati ad attenersi tutti coloro che operano all'interno dell'impresa o che, a qualsiasi titolo, intrattengono relazioni con la stessa.

Regole di comportamento: sono enunciati i criteri di condotta che devono improntare le attività della Società e le norme di comportamento cui coloro che operano in nome e per conto dell'Azienda sono chiamati ad attenersi per prevenire il rischio di commissione di comportamenti non etici, o illeciti.

Validità, pubblicità e aggiornamento: sono individuate le norme che descrivono le modalità di diffusione del Codice Etico, nonché di aggiornamento e di implementazione dei principi e delle regole di comportamento in esso contenute.

2. Destinatari e ambito di applicazione

Il Codice Etico si applica agli organi sociali, ai dipendenti e ai collaboratori che, a qualsiasi titolo e a prescindere dalla tipologia di rapporto contrattuale, operano in nome e per conto di Bartoli Spa.

La Società richiede il rispetto del Codice Etico anche ai soggetti terzi (partner, clienti, fornitori, professionisti, consulenti ed altre tipologie di soggetti esterni) con i quali instaura rapporti o relazioni d'affari.

La mancata osservanza del Codice Etico e dei principi e regole ivi previsti può essere segnalata tramite il sistema di Whistleblowing descritto nella Whistleblowing Policy (*a cui si rinvia*).

3. Principi e valori

Nel raggiungimento dei propri obiettivi, BARTOLI Spa si ispira ai seguenti valori etici, vincolanti per tutti i destinatari del Codice:

Integrità e rispetto della legalità

Correttezza, onestà e imparzialità dei comportamenti all'interno e all'esterno della Società costituiscono un imprescindibile e comune modo di sentire e agire. Non sono intrapresi – e, se intrapresi, vengono immediatamente interrotti – rapporti professionali con soggetti che non condividono i predetti principi e sono disincentivate in ogni modo pratiche comportamentali illecite.. Nello svolgimento delle proprie attività, tutti i destinatari del Codice Etico regolano la propria condotta nel pieno rispetto delle norme vigenti, nazionali ed internazionali, dei regolamenti, delle procedure interne all'ente. L'attività degli organi sociali della Società, in particolare, è improntata al pieno rispetto delle regole fissate nello Statuto dell'ente e dalla legislazione vigente: in nessun caso il perseguimento dell'interesse o del vantaggio della Società può giustificare una condotta in violazione di leggi, regolamenti e normative interne.

BARTOLI Spa rifiuta ogni rapporto con organizzazioni criminali e con soggetti che fanno ricorso a comportamenti illeciti. Le attività dell'Azienda sono improntate anche ai principi di trasparenza e chiarezza verso i propri Clienti, gli utenti dei propri servizi, lavoratori e collaboratori: a tal fine, l'ente definisce i ruoli e le responsabilità connessi a ogni processo operativo e ogni operazione deve essere autorizzata, legittima, congrua e correttamente registrata e archiviata.

Valorizzazione delle risorse umane e centralità dell'utenza

BARTOLI Spa valorizza le risorse umane, assicurando a tutte le medesime opportunità e garantendo un trattamento equo basato su criteri di merito, senza discriminazione alcuna; nei confronti di ogni risorsa umana, l'ente si impegna a sviluppare le relative professionalità e competenze attraverso una costante azione formativa, garantendo condizioni di lavoro stabili e dignitose. La Società riconosce l'importanza di stabilire e mantenere relazioni basate sulla lealtà e sulla fiducia reciproche, nonché sulla capacità di ascolto, ponendo al centro dei suoi obiettivi le aspirazioni e le capacità del singolo. La società promuove il rispetto dell'integrità fisica, morale e culturale della persona e il rispetto della dimensione di relazione con gli altri. La Società condanna ogni sorta di discriminazione e garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale.

Tutela della sicurezza

BARTOLI Spa si impegna a diffondere la cultura della sicurezza come previsto dal D.Lgs. n. 81/2008 e sue successive modificazioni e/o integrazioni, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili, oltre alla realizzazione e al mantenimento di ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Tutela dell'ambiente

La tutela ambientale è un punto fondamentale e oggetto di massima attenzione da parte dell'Azienda.

BARTOLI Spa ha piena consapevolezza che l'ambiente è un bene primario; lo sviluppo sostenibile è uno dei principi fondanti del presente Codice.

La Società si impegna a promuovere e garantire la sensibilità per la protezione dell'ambiente in generale e a porre massima attenzione affinché il proprio lavoro, i propri progetti, nonché macchinari e attrezzature rispondano a *standards* qualitativi elevati.

BARTOLI Spa, di conseguenza, si impegna nell'esercizio dell'attività a porre in essere tutte le azioni economicamente sostenibili per la cura dell'ambiente e per la prevenzione di effetti pregiudizievoli per l'ambiente.

La scelta delle tecnologie, dei progetti, dei programmi di sviluppo e delle strategie aziendali porranno la tutela ambientale in posizione prioritaria.

Controllo

La Società diffonde a tutti i livelli una cultura caratterizzata dalla consapevolezza dei controlli e dall'assunzione di una mentalità orientata all'esercizio del controllo. A tal fine, l'Azienda adotta un sistema di controlli interni ed esterni attraverso regole e procedure chiare e ben definite, cosicché tutte le attività poste in essere siano indirizzate e gestite in modo lecito, efficace ed efficiente.

Responsabilità sociale

BARTOLI Spa opera tenendo conto delle esigenze delle comunità nel cui ambito svolge la propria attività, contribuendo, ove possibile, al loro sviluppo economico, sociale e civile.

Riservatezza

L'acquisizione, il trattamento e la conservazione delle informazioni e dei dati personali, avviene nel rispetto delle specifiche procedure volte ad impedire che persone e/o enti non autorizzati possano venirne a conoscenza. Tali procedure sono conformi alle normative vigenti, in particolare BARTOLI Spa garantisce il rispetto delle disposizioni di cui al D.Lgs. n. 196 del 30 giugno 2003 (c.d. Codice della Privacy) e successive modifiche e integrazioni, anche attraverso l'adozione dello specifico documento Modello Organizzativo Privacy (MOP).

In generale, tutte le informazioni che non siano di pubblico dominio devono considerarsi riservate ed essere utilizzate ai soli fini dello svolgimento dell'attività lavorativa.

4. Regole di comportamento

Regole di comportamento per gli Amministratori

Gli Amministratori devono conformare la propria attività ai principi di correttezza e integrità, astenendosi dall'agire in situazioni di conflitto di interessi nell'ambito dell'attività da loro svolta per la società BARTOLI SPA.

L'amministratore che si venisse a trovare in una condizione di conflitto di interessi per questioni lavorative, di parentela o di qualsiasi altro tipo di rapporto personale, o per qualsiasi altra situazione potesse sorgere, è tenuto a comunicarlo immediatamente al Consiglio di Amministrazione, e per conoscenza, al Collegio Sindacale e all'Organismo di Vigilanza.

Agli Amministratori è richiesto un comportamento ispirato ai principi di autonomia e indipendenza, nel rispetto delle linee di indirizzo societarie, nelle relazioni che essi intrattengono con le istituzioni pubbliche e private per conto della Società.

Gli Amministratori non possono avvalersi della loro posizione per ottenere vantaggi personali, diretti o indiretti e non devono offrire, accettare o promettere, per sé o per altri, denaro, né vantaggi o regali eccedenti le comuni pratiche di cortesia o comunque finalizzati ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione della loro attività.

Regole di comportamento per i Dipendenti e i Collaboratori

Dipendenti e Collaboratori sono tenuti a:

- I. evitare di porre in essere, di dare causa o di collaborare alla realizzazione di comportamenti idonei ad integrare alcuna delle fattispecie di reato richiamate nel Decreto legislativo 231/2001;
- II. collaborare con l'Organismo di Vigilanza nel corso delle attività di verifica da questi espletate, fornendo le informazioni, i dati e le notizie da esso richieste;
- III. effettuare nei confronti dell'OdV le comunicazioni previste dal Modello;
- IV. segnalare all'OdV eventuali disfunzioni o violazioni del Modello e/o del Codice Etico attraverso il canale interno di Whistleblowing a ciò dedicato.

In aggiunta alle previsioni di carattere generale sopra riportate, Dipendenti e collaboratori devono altresì rispettare i principi e le norme di comportamento di seguito indicate:

- corretto utilizzo dei sistemi informatici

nei limiti delle proprie funzioni, Dipendenti e Collaboratori sono responsabili della sicurezza dei sistemi informatici utilizzati e sono tenuti al rispetto delle normative vigenti e alle condizioni dei contratti di licenza.

A tal fine è vietato caricare sui sistemi aziendali *software* presi a prestito o non autorizzati, così come è proibito fare copie non autorizzate di programmi, concessi su licenza, per uso personale, aziendale o per terzi.

- conflitto di interesse

in conformità ai principi etici generali dell'Azienda, Dipendenti e Collaboratori devono evitare di porre in essere o anche solo di agevolare operazioni in conflitto d'interesse con BARTOLI SPA, nonché attività che possano interferire con la capacità di assumere, in modo imparziale, decisioni nel migliore interesse dell'impresa e nel pieno rispetto delle norme del presente Codice.

Qualora si trovi in una situazione di conflitto di interessi, anche solo potenziale, il Dipendente e il Collaboratore deve comunicare tale circostanza alle competenti funzioni aziendali o al Consigliere Delegato, astenendosi dal compiere qualsiasi operazione.

Rapporti con i *partners* commerciali

BARTOLI SPA riconosce i *partners* commerciali come elementi funzionali all'aumento del proprio valore reputazionale.

Al fine di realizzare una effettiva cooperazione, la Società:

- si astiene dallo sfruttare eventuali posizioni dominanti, rispetto ai propri *partners* commerciali, al fine di avvantaggiarsi a scapito del raggiungimento delle comuni finalità;
- mette a disposizione le proprie competenze professionali più idonee per il conseguimento del comune obiettivo;
- esegue la parte di propria competenza con il massimo *standard* qualitativo possibile e nel rispetto dei tempi concordati;
- comunica ai *partners*, in modo puntuale e tempestivo, ogni problema che impedisca la perfetta realizzazione delle azioni concordate, al fine di ricercare congiuntamente le migliori soluzioni che non compromettano il raggiungimento dell'obiettivo comune;
- chiede ai *partners* di eseguire le attività di loro competenza con la massima efficienza allo scopo di raggiungere l'obiettivo comune.

Rapporti con i Clienti

La piena soddisfazione delle esigenze delle proprie controparti contrattuali costituisce per la Società un obiettivo prioritario, anche al fine della creazione di un solido rapporto ispirato ai generali principi di correttezza e onestà. I contratti stipulati devono essere conformi alle disposizioni di legge e improntati a criteri di semplicità, chiarezza e completezza, evi-

tando il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole o scorretta comunque realizzata. La Società fornisce ai propri committenti, in modo completo, veritiero e documentato, tutte le informazioni pertinenti l'oggetto del contratto di vendita o noleggio.

Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I rapporti di BARTOLI SPA con le istituzioni pubbliche, locali, nazionali ed estere, sono intrattenuti dagli organi dirigenti dell'Azienda (Presidente del CdA, Consigliere Delegato).

In generale, i rapporti a vario titolo con la Pubblica Amministrazione o con soggetti istituzionali devono essere tenuti nel rispetto della legge e della massima trasparenza, chiarezza e correttezza al fine di non indurre a interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti le controparti. Le dichiarazioni rese alla Pubblica Amministrazione, alle Forze dell'Ordine e all'Autorità Giudiziaria devono contenere informazioni veritiere, complete e documentabili, in modo da garantire la corretta valutazione da parte dei predetti soggetti interessati.

Chi rappresenta la Società non deve porre in essere comportamenti difformi ai principi individuati nel presente Codice neanche qualora ne possa derivare un vantaggio a BARTOLI SPA.

Rapporti con i terzi

Gli Amministratori, i Dipendenti e Collaboratori devono – in ragione del proprio ruolo – applicare criteri oggettivi e documentabili nei rapporti con i terzi, ricercando il massimo vantaggio economico per l'ente, senza alcuna discriminazione e nel rispetto delle leggi vigenti.

Rapporti con i *mass media*

I rapporti con i *mass media* sono riservati esclusivamente al Presidente e al Consigliere Delegato, ovvero ai dipendenti e/o collaboratori dagli stessi espressamente designati.

Le comunicazioni verso qualunque organo di informazione devono essere veritiere, chiare, trasparenti.

BARTOLI SPA ripudia l'utilizzo di messaggi volgari od offensivi e cura con estrema attenzione le informazioni pubblicate sul proprio *Sito Web* e sui *Social Media* (in particolare *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*) in modo da renderle strumenti completi, efficaci e in linea con le aspettative del mercato.

5. Validità, pubblicità e aggiornamento del Codice Etico

Il presente Codice Etico entra in vigore dalla data di adozione del Modello ed ha scadenza illimitata, fatta salva ogni esigenza di revisione che possa emergere dall'attività di riesame triennale del MOG.

Qualunque variazione e/o integrazione del presente Codice Etico dovrà essere approvata con delibera del Consiglio di Amministrazione.

Adeguate pubblicità dovrà essere data al presente Codice Etico, attraverso la pubblicazione sul sito della società e, su richiesta, mediante consegna a mani o via *e-mail*.