



Codice Etico

Ventisette Digital Communication SB Srl

Modena – 26 maggio 2026



1. Premessa

Questo Codice Etico definisce i principi di comportamento che VENTISETTE Digital Communication SB Srl si impegna a rispettare e a far rispettare a chi lavora con l'agenzia e per l'agenzia.

VENTISETTE è Società Benefit da gennaio 2023. Lo statuto societario contiene quattro finalità di beneficio comune — Think Global Act Local, Team Up with the Best, Work-life Balance, Sustainability Ambassador — e la società ne rendiconta l'attuazione ogni anno nella Relazione di Impatto, ai sensi della Legge 208/2015, commi 376-384. Il Codice Etico traduce quelle finalità statutarie in regole di condotta quotidiana.

I tre documenti che governano il comportamento in agenzia hanno funzioni distinte e non si sovrappongono:

Documento	Cosa stabilisce
Statuto (finalità di beneficio comune)	Gli impegni di impatto vincolanti per gli amministratori
Codice Etico	I principi e i criteri di scelta: cosa l'agenzia fa, cosa non fa, come decide
Regolamento Aziendale	Le regole operative: orari, ferie, strumenti, sicurezza informatica, procedure

In caso di dubbio interpretativo, il Codice Etico prevale sulle prassi informali e orienta la lettura del Regolamento Aziendale. Resta ferma l'applicazione del CCNL e della normativa vigente.

Il Codice è anche uno strumento di preparazione alla certificazione B Corp, obiettivo dichiarato dell'agenzia nella Relazione di Impatto.



2. Ambito di applicazione

Il Codice vincola chiunque agisca in nome o per conto di VENTISETTE, a qualsiasi titolo.

- **Soci e Consiglio di Amministrazione** — presidente e due Amministratori Delegati
- **Dipendenti**, con qualsiasi tipologia contrattuale e inquadramento orario
- **Collaboratori, consulenti, freelance e stagisti**
- **Fornitori e partner**, ai quali il Codice è consegnato o richiamato in contratto

L'accettazione del Codice avviene con la sottoscrizione della dichiarazione di presa visione allegata al Regolamento Aziendale. Per fornitori e partner, l'adesione ai principi del Codice è condizione di avvio e prosecuzione del rapporto.

Il Codice si applica sia in agenzia sia fuori, ogni volta che il comportamento di una persona sia riconducibile a VENTISETTE: presso i clienti, agli eventi di settore, nei viaggi aziendali, sui canali digitali.



3. Principi generali

I principi che seguono derivano dalle quattro finalità di beneficio comune iscritte nello statuto. Valgono come criteri di decisione, non come dichiarazioni di intenti.

Integrità e legalità. Nessun risultato commerciale giustifica la violazione di una legge, di un contratto o di questo Codice. Chi si trova davanti a un conflitto tra un obiettivo e un principio si ferma e lo porta alla Direzione.

Verità del messaggio. L'agenzia produce comunicazione. La responsabilità primaria è che ciò che viene messo in circolazione sia veritiero, verificabile e non manipolatorio.

Cittadinanza attiva sul territorio. VENTISETTE promuove iniziative culturali, civiche e ambientali nella comunità in cui opera e mette i propri spazi e le proprie competenze a disposizione di cause che condivide.

Valorizzazione delle persone. Il benessere, la crescita professionale e il rispetto reciproco sono condizioni del lavoro, non benefit accessori.

Rispetto delle differenze. Ogni persona è trattata secondo principi di rispetto, valorizzazione delle differenze, trasparenza e civiltà, dentro l'agenzia e nei contenuti che l'agenzia produce.

Sostenibilità praticata. L'agenzia applica a sé stessa i criteri che propone ai clienti: riduzione degli sprechi, digitalizzazione dei processi, mobilità sostenibile, misurazione dell'impatto.

4. Le persone

Non discriminazione. Selezione, retribuzione, assegnazione dei progetti, formazione e avanzamento si basano su competenza, merito e bisogni organizzativi. Sono vietate distinzioni fondate su genere, età, origine, convinzioni personali, orientamento, condizione di salute, disabilità, stato familiare o appartenenza sindacale.

Molestie e abusi. Molestie sessuali, aggressioni verbali, umiliazioni pubbliche, isolamento intenzionale e ogni forma di condotta vessatoria sono vietati senza eccezioni e costituiscono violazione grave. La gerarchia non attenua la responsabilità di chi le commette: la aggrava.

Conciliazione vita-lavoro. L'agenzia riconosce lo smart working, la flessibilità di ingresso e uscita, la possibilità di portare animali domestici in sede e i buoni pasto per le categorie individuate. Le condizioni di accesso sono definite nel Regolamento Aziendale e nell'Accordo Aziendale di Smart Working. Il Codice impegna la Direzione a tenere questi criteri esplicitati, uguali per situazioni uguali e rivedibili.

Diritto alla disconnessione. Fuori dall'orario di lavoro, durante ferie e permessi, non è richiesto di rispondere a e-mail, chat o chiamate. Chi scrive fuori orario non si aspetta risposta fuori orario. Le urgenze reali sono gestite dalla Direzione, che se ne assume la scelta.

Formazione. L'agenzia finanzia la formazione dei collaboratori sui temi attinenti alla loro professionalità e rendiconta ogni anno le ore medie per dipendente. L'accesso alle opportunità formative è distribuito in modo trasparente.

Salute e sicurezza. Il rispetto della normativa in materia di sicurezza sul lavoro è obbligo di tutti. Infortuni, anche lievi, e condizioni di rischio vanno segnalati immediatamente alla Direzione.

Carichi di lavoro. Chi ha responsabilità di coordinamento non pianifica sistematicamente attività che richiedano lavoro oltre l'orario. Un picco è un'eccezione da recuperare; una sequenza di picchi è un problema di pianificazione da portare alla Direzione.

5. Clienti e scelta degli incarichi

VENTISETTE sceglie i propri clienti. La coerenza del portafoglio con le finalità di beneficio comune è parte dell'impegno statutario, non una preferenza commerciale.

Incarichi che l'agenzia non accetta:

- Progetti che richiedano di comunicare informazioni che l'agenzia sa essere false o ingannevoli
- Campagne che promuovano discriminazione, odio, stereotipi degradanti o violenza
- Mandati di greenwashing: comunicare come sostenibile un'attività priva di dati o azioni a supporto
- Comunicazione rivolta a minori con finalità manipolatorie o non conforme alle norme di autodisciplina
- Incarichi che comportino conflitti di interesse non risolvibili con clienti esistenti

Criteri di valutazione in fase di pitch. Prima dell'accettazione di un nuovo cliente, la Direzione valuta settore di attività, coerenza con i valori dichiarati e sostenibilità economica del mandato. Il dissenso motivato di un membro del team su un incarico va ascoltato e verbalizzato.

Correttezza nel rapporto. L'agenzia dichiara con chiarezza cosa può e cosa non può ottenere. Non promette risultati non dimostrabili, non gonfia metriche, non presenta come propri lavori realizzati da altri.

Rinuncia in corso d'opera. Se un cliente richiede attività in contrasto con questo Codice, il team lo segnala alla Direzione, che apre un confronto con il cliente. Se la richiesta persiste, l'agenzia si riserva di recedere dall'incarico secondo le condizioni contrattuali.

Equità economica. L'agenzia applica criteri di preventivazione coerenti e non pratica prezzi che non consentano di remunerare correttamente il lavoro proprio e dei fornitori.

6. Comunicazione responsabile

Questa sezione riguarda il contenuto del lavoro. È la parte del Codice che distingue un'agenzia da qualsiasi altra impresa.

Fondatezza delle affermazioni. Ogni claim su performance, primati, certificazioni o benefici ambientali deve poggiare su una fonte verificabile fornita dal cliente. Se la fonte manca, il claim non va in produzione. L'agenzia conserva traccia della documentazione ricevuta.

Comunicazione ambientale. Nei progetti ESG l'agenzia applica i criteri della Direttiva UE 2024/825 sull'empowerment dei consumatori e delle linee guida sulle green claims: nessuna affermazione ambientale generica e non sostanziata, nessuna compensazione presentata come riduzione, nessun uso di certificazioni non riconosciute. L'agenzia rifiuta di confezionare come sostenibile ciò che non lo è.

Rispetto e rappresentazione. I contenuti prodotti evitano stereotipi di genere, età, corpo, origine e condizione sociale. Immagini e testi rappresentano le persone senza ridurle a caratteristiche identitarie. Il body shaming e l'idealizzazione di canoni estetici irrealistici sono esclusi.

Intelligenza artificiale generativa. L'uso di strumenti di IA è consentito nei processi di ideazione e produzione con tre vincoli: nessun dato riservato di clienti, partner o persone viene inserito in strumenti non autorizzati dalla Direzione; ogni output di IA è verificato da una persona prima della consegna, che ne resta responsabile; i contenuti visivi generati con IA e destinati alla pubblicazione sono etichettati secondo la policy interna dell'agenzia.

Proprietà intellettuale altrui. Font, immagini, musiche, filmati e software sono usati solo con licenza valida per l'impiego previsto. Lo stile di un autore vivente non viene replicato come se fosse una risorsa disponibile.

Dati delle persone. Le attività di targeting, profilazione e advertising rispettano il Regolamento UE 679/2016. L'agenzia non progetta dark pattern né meccaniche che sfruttino vulnerabilità cognitive del pubblico.

Distinguibilità del messaggio pubblicitario. Contenuti sponsorizzati, collaborazioni a pagamento e attività di influencer marketing sono resi riconoscibili come tali.

7. Fornitori e partner

Selezione. I fornitori sono scelti su qualità, affidabilità, correttezza delle condizioni di lavoro e coerenza con i principi di questo Codice. A parità di condizioni, l'agenzia privilegia fornitori del territorio e realtà con impegni di sostenibilità documentati.

Condizioni economiche. L'agenzia rispetta i termini di pagamento concordati. Non impone a freelance e piccoli fornitori condizioni che scaricano su di loro il rischio d'impresa o ritardi non dipendenti da loro.

Nessun subappalto occulto della responsabilità. Affidare un'attività a un collaboratore esterno non trasferisce a lui la responsabilità etica del risultato: resta di VENTISETTE.

Estensione del Codice. I contratti con fornitori e partner richiamano i principi di questo Codice. Violazioni gravi e reiterate da parte di un fornitore comportano l'interruzione del rapporto.

Partnership su progetti di sostenibilità. Nelle collaborazioni su bilanci di sostenibilità e progetti ESG, VENTISETTE mantiene la propria autonomia di giudizio sui contenuti e non avalla risultati che non ritiene fondati.

8. Comunità, territorio e ambiente

Cittadinanza attiva. VENTISETTE promuove iniziative culturali, artistiche e civiche nella comunità in cui ha sede e ospita nei propri spazi incontri aperti su temi di impegno civile e sostenibilità.

fil_Green. L'agenzia gestisce un proprio brand attraverso cui seleziona ogni anno una causa da sostenere e devolve il ricavato della vendita dei capi. La causa scelta e l'importo devoluto sono resi pubblici nella Relazione di Impatto.

Pro bono e donazioni. Le attività gratuite o a condizioni agevolate sono decise dalla Direzione secondo criteri di coerenza con le finalità statutarie, non come strumento di acquisizione commerciale mascherato.

Impatto ambientale diretto. L'agenzia riduce i propri consumi di plastica e carta, dematerializza i processi interni e di progetto, e incentiva la mobilità sostenibile negli spostamenti casa-ufficio e nei viaggi di lavoro (bicicletta, car pooling, treno).

Misurazione. L'agenzia si impegna a quantificare i consumi energetici complessivi (GJ) e ad avviare la quantificazione delle emissioni GHG (t CO₂e) generate dalle proprie attività, rendicontandole con i GRI Standards nella Relazione di Impatto annuale.

Nessuna appropriazione indebita dell'impatto. L'agenzia non rendiconta come proprio l'impatto generato dai clienti né presenta come risultati di sostenibilità attività ordinarie di comunicazione.

9. Integrità nella gestione

Conflitti di interesse. Chi ha un interesse personale, familiare o economico che possa influenzare una decisione aziendale — un incarico parallelo per un cliente o un concorrente dell'agenzia, una partecipazione in un fornitore, un rapporto familiare con una controparte — lo comunica alla Direzione prima che la decisione sia presa. La dichiarazione preventiva non è una colpa; l'omissione sì.

Attività professionali esterne. Collaborazioni, consulenze e docenze svolte al di fuori dell'agenzia sono comunicate alla Direzione quando riguardano il settore della comunicazione o coinvolgono clienti attuali o potenziali di VENTISETTE.

Riservatezza. Informazioni interne, strategiche, operative e commerciali, e i dati di clienti, partner e fornitori sono riservati. L'obbligo vale durante e dopo la cessazione del rapporto. La pubblicazione di lavori realizzati per l'agenzia, anche su portfolio e profili social personali, richiede autorizzazione scritta della Direzione.

Proprietà intellettuale. Contenuti, asset visivi, documenti e concept creativi realizzati in agenzia sono di proprietà di VENTISETTE e dei suoi clienti, salvo diversi accordi contrattuali.

Omaggi e ospitalità. Sono ammessi solo se di modico valore, occasionali e conformi agli usi commerciali. È vietato offrire o accettare denaro, benefici o utilità per ottenere o mantenere un incarico, aggiudicarsi una gara o influenzare una decisione. Ogni offerta anomala è comunicata alla Direzione.

Rapporti con la pubblica amministrazione. Nei rapporti con enti pubblici, nelle gare e nella gestione di eventuali contributi, l'agenzia fornisce informazioni complete e veritiere e non ricorre a intermediazioni opache.

Correttezza contabile. Ogni operazione è registrata in modo accurato e supportata da documentazione adeguata. Nessuna scrittura può essere alterata per rappresentare una realtà diversa da quella effettiva.

Risorse aziendali. Strumenti, account, dispositivi e dati dell'agenzia sono usati per fini professionali, secondo le regole del Regolamento Aziendale e del Regolamento per l'utilizzo dei sistemi informatici.

10. Attuazione e segnalazioni

Responsabili. La vigilanza sull'applicazione del Codice è affidata ai Responsabili di Impatto, Federico Menziani e Massimo Rinaldi, che ne riferiscono al Consiglio di Amministrazione. Sono gli stessi soggetti individuati ai sensi della Legge 208/2015 per il perseguimento delle finalità di beneficio comune.

Come segnalare. VENTISETTE ha attivato un canale di whistleblowing dedicato, descritto alla pagina [Whistleblowing – Segnalazioni Riservate](#) e disciplinato dalla [Policy Whistleblowing](#). Le segnalazioni si inviano a segnalazioni@ventisettedigital.com e possono essere anonime o nominative. Il canale accoglie segnalazioni relative a violazioni di legge o normative, frodi, abusi, comportamenti non etici, discriminazioni, molestie e conflitti di interesse. Per dubbi interpretativi sul Codice, che non costituiscono segnalazione, ci si può rivolgere direttamente a un Responsabile di Impatto.

Tutela di chi segnala. Chi segnala in buona fede non subisce alcuna conseguenza per la segnalazione, quale che sia l'esito dell'accertamento. Ritorsioni, demansionamenti, esclusioni o pressioni nei confronti di chi ha segnalato costituiscono violazione autonoma e grave del Codice. Restano ferme le tutele previste dal D.Lgs. 24/2023 in materia di whistleblowing.

Istruttoria. Ricevuta una segnalazione, i Responsabili di Impatto ne verificano la fondatezza, sentono le persone coinvolte e riferiscono l'esito al Consiglio di Amministrazione. Chi è oggetto di segnalazione ha diritto di essere ascoltato. Se la segnalazione riguarda un Responsabile di Impatto, l'istruttoria è condotta dagli altri membri del Consiglio.

Conseguenze. L'inosservanza del Codice costituisce violazione degli obblighi contrattuali e può dar luogo a contestazioni formali e provvedimenti disciplinari secondo le procedure del CCNL vigente, fatta salva ogni azione legale. Per fornitori e partner, la violazione può comportare la risoluzione del contratto.

Formazione sul Codice. Il Codice è consegnato a ogni nuova persona che entra in agenzia ed è oggetto di un momento formativo dedicato almeno una volta all'anno.

Revisione. Il Codice è rivisto dal Consiglio di Amministrazione con cadenza almeno biennale, e comunque a ogni modifica rilevante dell'assetto societario, dell'offerta di servizi o del quadro normativo. Le proposte di modifica possono essere avanzate da chiunque sia soggetto al Codice.