Il nostro percorso

CODICE ETICO

Codice **Etico 2025**

Revisione 00 del 15/09/2025

Approvato ed adottato con delibera del Consiglio di Amministrazione

GRUPPO ECORAV recupero e rigenerazione rifiuti

1.3 Il Codice Etico

Alla luce di quanto precede, il Gruppo ECO.RA.V. riconosce, quindi, l'importanza di disporre di un sistema che assicuri che i valori della legalità, correttezza, onestà, integrità, buona fede e rispetto dell'ambiente, della salute pubblica e della sicurezza dei lavoratori, cui è ispirata la propria organizzazione e le stesse politiche di impresa, siano solidi e duraturi nel tempo e rispettati nella conduzione degli affari e delle attività aziendali.

Esso costituisce elemento di riferimento per i Destinatari ed abbraccia in modo ampio il ruolo ed i rapporti del Gruppo ECO.RA.V. con i propri *stakeholder*. A tale scopo è stato predisposto il presente Codice Etico, la cui osservanza da parte dei propri Dipendenti, Collaboratori, Esponenti Aziendali, nonché dei Terzi con i quali il Gruppo ECO.RA.V. intrattiene rapporti, è essenziale per il perseguimento da parte della Società del proprio oggetto sociale.

Quanto ai lavoratori autonomi, Fornitori, Consulenti, *Partner* o altri soggetti avente rapporti contrattuali con il Gruppo ECO.RA.V., la sottoscrizione del presente Codice Etico ovvero di un estratto di esso o, comunque, l'adesione alle disposizioni e ai principi in esso previsti rappresentano una *conditio sine qua non* della stipulazione di contratti di qualsiasi natura fra la Società e tali soggetti.
Le disposizioni così sottoscritte o, in ogni caso, approvate, anche per fatti concludenti, costituiscono parte integrante dei contratti stessi. In ragione di quanto fin qui descritto, eventuali violazioni da parte di tali soggetti di specifiche disposizioni del Codice Etico, in base alla loro gravità, possono legittimare l'applicazione degli opportuni provvedimenti.

IL CODICE
È un elemento di riferimento per i Destinatari ed abbraccia in modo ampio il ruolo ed i rapporti del Gruppo ECO.RA.V. con i propri *stakeholder*

1.4 Definizioni

Nel presente Codice, le seguenti espressioni avranno il significato qui di seguito indicato:

CLIENTI

I soggetti che hanno stipulato con il Gruppo ECO.RA.V. un contratto per l'appalto di opere o lavori o, ancora, per la fornitura di beni o servizi da parte della Società

CODICE ETICO

Il presente Codice Etico adottato dal Gruppo ECO.RA.V., come di volta in volta integrato, aggiornato e/o modificato

COLLABORATORI

I soggetti che intrattengono con il Gruppo ECO.RA.V. rapporti di agenzia, rappresentanza, distribuzione commerciale ovvero altri rapporti di collaborazione coordinata e continuativa prevalentemente personale e senza vincolo di subordinazione e le prestazioni di lavoro occasionale

CONSULENTI

I consulenti esterni incaricati di assistere il Gruppo ECO.RA.V. nel compimento delle proprie attività, su base continuativa o occasionale

DESTINATARI

I soggetti a cui si applicano le disposizioni del presente Codice ed, in particolare, i Dipendenti, i Collaboratori, i Responsabili, gli Esponenti Aziendali nonché, nei casi ad essi specificamente riferiti nel presente Codice, i Clienti, i Fornitori, i Consulenti ed i *Partner*

2 Principi **GENERALI**

2.1 Legalità
2.2 Moralità
2.3 Dignità ed eguaglianza
2.4 Professionalità

2 Principi generali

2.1 Legalità

Il rispetto della legge e dei codici deontologici adottati dalle associazioni di categoria o degli organismi nazionali o internazionali (anche non governativi) a cui la Società aderisce, nonché l'osservanza delle norme del proprio Statuto costituiscono principio fondamentale per la Società stessa.

Nell'ambito delle proprie funzioni, i Destinatari sono tenuti a rispettare le norme dell'ordinamento giuridico (nazionale, sopranazionale o straniero) in cui essi operano e devono in ogni caso astenersi dal commettere violazioni delle leggi, siano esse soggette o meno a pene detentive, pecuniarie o sanzioni amministrative o di altra natura.

A tale scopo, ciascun Destinatario si impegna per acquisire con diligenza la necessaria conoscenza delle norme di legge applicabili allo svolgimento delle proprie funzioni, come di volta in volta vigenti. Qualora esistessero dubbi su come procedere, i Destinatari hanno l'onere di renderlo noto alla Società, la quale fornisce loro un'adeguata informazione sulla normativa vigente.

Ciascun Destinatario è tenuto ad osservare, oltre ai principi generali di diligenza e fedeltà di cui all'art. 2104 c.c., anche le prescrizioni comportamentali contenute nei contratti collettivi ad esso applicabili.

2.2 Moralità

La qualità e l'efficienza dell'organizzazione aziendale nonché la reputazione della Società costituiscono un patrimonio inestimabile e sono determinate in misura sostanziale dalla condotta di ciascun Destinatario. Ogni Destinatario è quindi tenuto, con la propria condotta, a contribuire alla salvaguardia di tale patrimonio e, in particolare, della reputazione della Società, sia nei luoghi di lavoro che al di fuori di essi.

In particolare, nello svolgimento delle proprie funzioni ciascun Destinatario deve tenere una condotta ispirata all'integrità morale, tenuto conto dei vari contesti sociali, economici, politici e culturali di riferimento e, in particolare, ai seguenti valori:

i. **Onestà, correttezza e buona fede, assumendosi le responsabilità che ad esso competono in ragione delle proprie mansioni;**
ii. **Trasparenza, trattando le informazioni in suo possesso con tempestività ed attuando processi di comunicazione ed informazione ispirati a chiarezza, completezza, wprecisione e condivisione.**

DESTINATARI
Ogni Destinatario è tenuto, con la propria condotta, a contribuire alla salvaguardia della qualità, dell'efficienza e della reputazione della Società

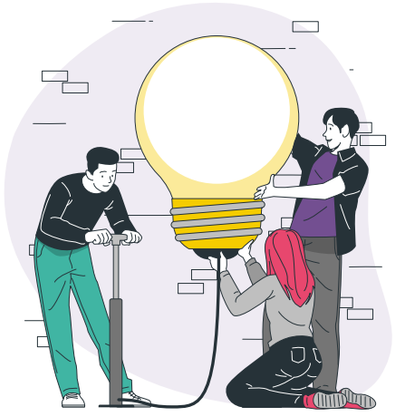
7 Politiche di impresa

7.1 Tutela ambientale

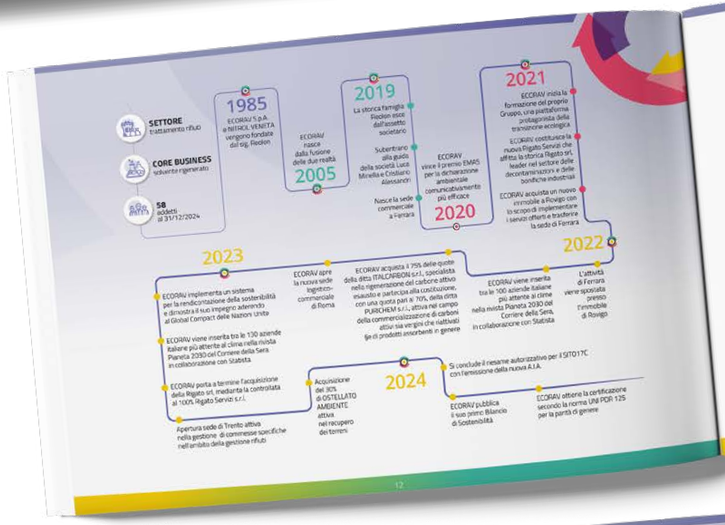
La tutela dell'ambiente e la salvaguardia delle risorse naturali oltre che il rispetto della legislazione ambientale sono obiettivi della Società ad alta priorità. Consapevole che l'ambiente rappresenta un'opportunità di sviluppo, il Gruppo ECO.RA.V. ha deciso di affrontare le sfide legate al miglioramento continuo in campo ambientale, dotandosi di una Politica Ambientale e di un Sistema di Gestione Ambientale conforme ai requisiti del Regolamento EMAS e della norma UNI EN ISO 14001, adottati ed efficacemente attuati in azienda ed oggetto di debita certificazione.

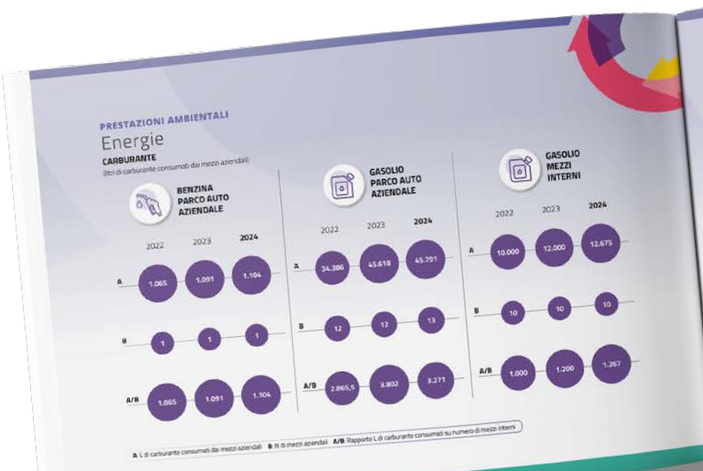
Per un'azienda come il Gruppo ECO.RA.V., da sempre attenta alle problematiche ambientali riguardanti la gestione dei rifiuti, intraprendere il percorso di registrazione EMAS per i propri siti produttivi ha rappresentato un naturale traguardo. Attraverso tale impegno la Società ufficializza la propria politica di apertura totale e dialogo continuo con tutte le parti esterne, attraverso un impegno alla comunicazione e condivisione delle informazioni relative alle proprie prestazioni ambientali, nonché agli obiettivi e programmi per migliorarle costantemente ("*Dichiarazione Ambientale*").

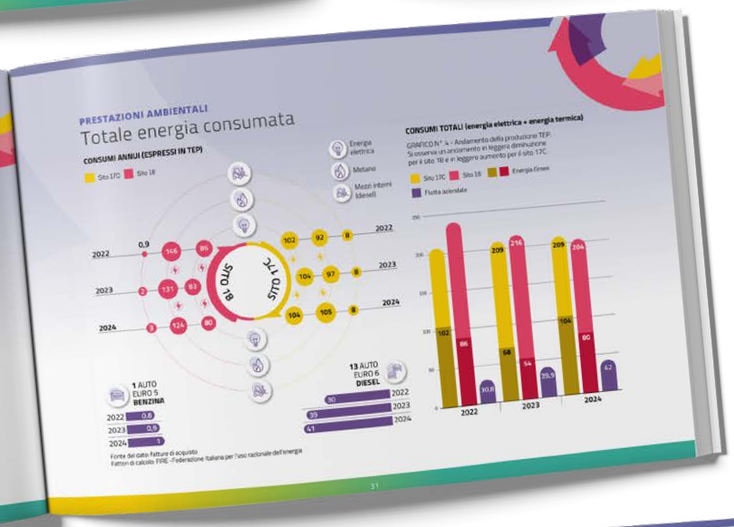
Questo percorso rafforza inoltre l'impegno, che anima l'azienda fin dalla sua nascita, al miglioramento continuo da un punto di vista gestionale e delle proprie prestazioni ambientali ed alla trasparenza e chiarezza nei rapporti con tutti i soggetti interessati alle attività del Gruppo ECO.RA.V.

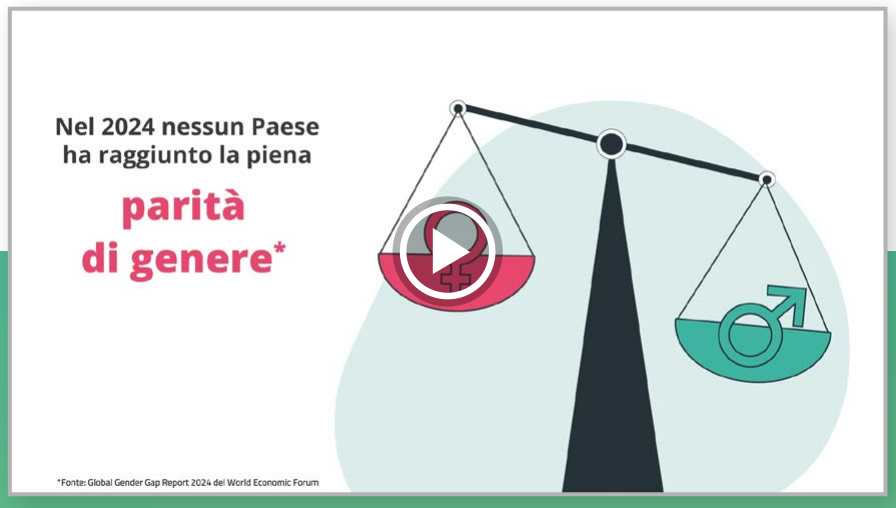


DICHIARAZIONE AMBIENTALE









VIDEOGRAFICHE

SLIDE

Piano di Comunicazione

1. Obiettivi strategici

"Scopo di questo piano di comunicazione è aumentare la visibilità dell'impegno di **RIGATO SERVIZI** in ambito di inclusione e parità di genere per far conoscere le iniziative a valore aggiunto che la stessa vuole fornire ai suoi collaboratori e ai propri stakeholder. **RIGATO SERVIZI** ha redatto questo progetto comunicativo con il desiderio di diffondere sul territorio il programma delle proprie attività in ambito parità di genere, facilitando sia le sinergie con altre imprese, sia la diffusione della conoscenza delle buone pratiche legate a un utilizzo non discriminante della lingua nelle comunicazioni".

PROGETTO COMUNICATIVO redatto per diffondere sul territorio il programma delle proprie attività in ambito parità di genere

2. Tipologia di pubblico

I gruppi di pubblico di riferimento e i target specifici destinatari della comunicazione che **RIGATO SERVIZI** vuole raggiungere attraverso le proprie attività sono:

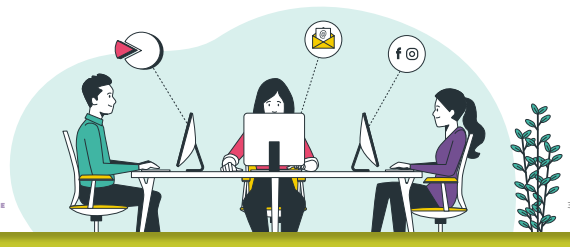
- **Personale impiegatizio;**
- **Personale tecnico;**
- **Clienti privati e pubblici;**
- **Fornitori;**
- **Associazioni di categoria;**
- **Consigliere Parità di Genere della Provincia di Belluno, della Regione Veneto;**
- **Associazioni sindacali;**
- **e tutte le persone che possono considerarsi stakeholders.**

3. Strategie di comunicazione

La strategia di comunicazione assegna ai partner il ruolo di moltiplicatori di informazioni; i beneficiari delle attività realizzate saranno invece i testimoni diretti dei vantaggi e del valore aggiunto generato dall'attuazione del piano. La strategia prevede di agire su più fronti con lo scopo di coinvolgere le risorse e gli stakeholder esterni e far conoscere le politiche in ambito di parità di genere e inclusione. Le iniziative principali coinvolgeranno:

- **Sito web: il sito web aziendale presenta e promuove le attività legate alla parità di genere e al proprio impegno per garantire un luogo di lavoro e un tipo di interazione rispettose delle diversità che caratterizzano le diverse persone;**
- **Linkedin/Social Media: i contenuti pubblicati sulle pagine social dell'azienda sono uno degli strumenti da utilizzare per promuovere la conoscenza delle tematiche legate alla parità di genere e per presentare le diverse attività poste in essere, idealmente con cadenza mensile e occasionalmente coinvolgendo persone con un seguito consolidato sui social;**
- **Newsletter: è prevista la redazione di una newsletter da inviare a collaboratori e collaboratrici, ma anche a stakeholder esterne/i, il cui contenuto ha lo scopo di veicolare informazioni interessanti e di qualità in ambito parità di genere;**
- **Eventi, interviste: il piano di comunicazione prevede l'organizzazione o la partecipazione a eventi pensati per promuovere la parità di genere, così come la conduzione di interviste per permettere alle persone di esprimere la propria soddisfazione o il proprio coinvolgimento in queste attività;**
- **Documentazione per le nuove risorse: le nuove risorse avranno accesso a una sufficiente documentazione per guadagnare consapevolezza dell'impegno aziendale nel perseguimento della parità di genere.**

LA STRATEGIA prevede di agire su più fronti con lo scopo di coinvolgere le risorse e gli stakeholder esterni



4. Strumenti di comunicazione

Gli strumenti operativi on e offline utilizzati nell'attuazione del piano di comunicazione prevedono tempistiche diverse:

CANALE	MODALITÀ/CARATTERISTICHE	TEMPISTICHE	FREQUENZA	FINALITÀ	RISULTATI ATTESI
Sito web	Aggiornare il sito presentando l'impegno dell'azienda nel perseguimento della parità di genere e promuovendo le attività organizzate in tema	*Entro ottobre 2024*	Trimestrale	Informativa	Maggiore visibilità delle comunicazioni
Social media	Utilizzo dei social creando contenuti volti a promuovere la conoscenza delle tematiche	*Entro ottobre 2024*	Mensile	Informativa, relazionale	Incremento dei follower per aumentare la propria visibilità
Newsletter	Newsletter da inviare ed eventualmente pubblicare sul sito in forma di approfondimento	*Entro ottobre 2024*	Trimestrale	Informativa, relazionale	Maggiore consapevolezza tra gli stakeholder e aumento delle conoscenze
Eventi, Interviste	Eventi e interviste sia in presenza sia in remoto	*Entro novembre 2024*	Semestrale	Informativa, relazionale	Raccolta dati con fine migliorativo, condivisione di buone pratiche
Documentazione per le nuove risorse	Documentazione relativa ai comportamenti attesi e alle politiche interne	*Entro ottobre 2024*	Secondo necessità	Informativa	Maggiore consapevolezza tra gli stakeholder interni e aumento delle conoscenze
Media locali	Articoli/interviste su testate e reti locali	*Entro ottobre 2024*	Annuale	Informativa	Incremento e diffusione conoscenze

5. Cronoprogramma

Il piano di comunicazione prevede uno sviluppo che si articola su più anni, cominciando:

Nel 2024
Con le pubblicazioni sul sito web e sui social e lo sviluppo di materiali da condividere internamente.

Nel 2024
Presentazione del primo Bilancio di Sostenibilità, momento in cui sarà previsto di agomentare la Parità di Genere in RIGATO SERVIZI

Nel 2024
Sponsorizzazione evento Merry Artigiane Maket (imprenditoria artigiana al femminile) e organizzazione di una conferenza nel pomeriggio del 23/11/2024 per discutere di Parità di Genere, con alcuni ospiti.

Nel 2025
Andando a costruire relazioni sul territorio, partecipando a eventi di diversa natura e interagendo con i media locali.

SUSTAINABILITY ANNUAL REPORT