

# **CODICE ETICO DI GRUPPO**

*APPROVATO DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI MEDIOLANUM VITA S.P.A. NELLA RIUNIONE DEL 24/06/2019*

## Indice

Introduzione .....	5
--------------------	---

### I VALORI 7

LIBERTA' .....	8
----------------	---

ECCELLENZA.....	8
-----------------	---

RISPETTO .....	8
----------------	---

TRASPARENZA .....	8
-------------------	---

INTEGRITA' .....	8
------------------	---

EQUITA' .....	9
---------------	---

### LE REGOLE DI CONDOTTA 10

1. Comportamento negli affari .....	11
-------------------------------------	----

1.1. Rapporti con il mercato, gli azionisti e la comunità finanziaria .....	11
---	----

1.2. Rapporti con le Autorità e le Istituzioni.....	12
---	----

1.3. Rapporti con i Clienti .....	13
-----------------------------------	----

1.4. Rapporti con i Fornitori e i Professionisti esterni.....	14
---	----

1.5. Rapporti con gli altri operatori del mercato.....	15
--	----

1.6. Normativa anti-corruzione .....	16
--------------------------------------	----

2. Dipendenti e Collaboratori.....	19
2.1. Cariche pubbliche.....	21
3. Attività di rilevanza sociale .....	22
4. Sicurezza sul Lavoro .....	23
4.1. Sicurezza e benessere del luogo di lavoro.....	23
4.2. Strumenti informatici e telematici .....	24
5. Attenzione all’Ambiente .....	26
6. Ruolo del Sistema dei Controlli Interni .....	28
6.1. Il funzionamento del Sistema dei Controlli Interni .....	28
6.2. Contabilità .....	29
6.3. Informazioni privilegiate .....	30
6.4. Conflitti di interesse .....	32
6.5. Riservatezza e protezione dei dati .....	33
7. Attuazione e Violazioni .....	35
7.1. Responsabilità .....	35
7.2. Diffusione .....	35
7.3. Segnalazioni.....	36
7.4. Sanzioni .....	36
7.5. Controlli sulle segnalazioni e sull’osservanza del Codice Etico .....	37

## L'impegno di Mediolanum per un'etica di impresa



**Ennio Doris**

Presidente del Consiglio di Amministrazione di  
Banca Mediolanum S.p.A.  
Capogruppo del Gruppo Mediolanum

*“A volte si pensa che il successo di un'impresa dipenda solo da corrette strategie, posizioni forti sul mercato,*

*massimo impegno sulle tecnologie.*

*Sono scelte che risiedono nel DNA di un'impresa e a volte, nel lungo periodo, non sono sufficienti a garantire la perdurabilità delle organizzazioni.*

*Mediolanum, invece, poggia le sue basi in misura ancora maggiore su altri e alti valori: si può avere successo essendo utili alle persone.*

*La crescita della qualità della vita, l'uomo come fondamento della nostra organizzazione imprenditoriale, il rispetto delle regole, il confronto con tutti i concorrenti, la salvaguardia dell'ambiente sono temi che da sempre ci vedono impegnati in prima fila.*

*Questo documento nasce dal confronto con il top management, primo livello aziendale cui è richiesta una sostanziale osservanza dei principi e dei comportamenti enunciati, a cui chiedo uno sforzo significativo di ampia divulgazione a tutti i collaboratori”.*

## Introduzione

Dall'inizio degli anni 2000 le imprese hanno assunto una maggiore consapevolezza delle proprie responsabilità: oltre alle tradizionali risposte di natura economica devono considerare una serie di altri attori che vedono nell'azione imprenditoriale la realizzazione di molteplici e diverse attese.

Anche le istituzioni internazionali hanno formalizzato questa nuova coscienza: nel Libro Verde della Commissione Europea del 2001<sup>1</sup>, la responsabilità sociale è definita come: *"L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate"*.

Il Codice Etico, illustrato nelle pagine successive, intende dare risposte concrete da parte della Società ai propri portatori d'interesse (stakeholder): collaboratori, fornitori, clienti, partner, comunità e istituzioni locali, indicando nei loro confronti e per i vari ambiti di relazione, precisi impegni in termini di principi di comportamento e di controllo.

In un rapporto di reciprocità viene richiesto agli stessi stakeholder di impegnarsi sugli stessi valori enunciati nel Codice Etico.

I valori di riferimento espressi nel Codice Etico sono declinati nelle Regole di Condotta, cioè in impegni puntuali su cui tutti sono chiamati ad impegnarsi contribuendo a costruire una cultura d'impresa coerente ai valori di fondo.

Il Codice rappresenta un segno di continuità, in quanto compendia argomenti indicati nella normativa aziendale interna prodotta dalle diverse funzioni aziendali.

## Destinatari

In considerazione dei vari ambiti territoriali ove il Gruppo Mediolanum opera, il Codice Etico rappresenta un riferimento interno cui devono attenersi tutte le *legal entity* riferibili al Gruppo, con particolare riferimento alle società appartenenti al Gruppo Assicurativo Mediolanum: questo consente di rendere omogenei i comportamenti degli amministratori,

---

<sup>1</sup> Libro Verde: "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese" - Bruxelles, 18.7.2001, pag. 7 - [http://ec.europa.eu/green-papers/index\\_it.htm](http://ec.europa.eu/green-papers/index_it.htm)

dei sindaci, del management, dei dipendenti, degli appartenenti alle Reti di Vendita delle Società del Gruppo, dei collaboratori, dei fornitori, per quanto di competenza, e di quanti operano nell'interesse del Gruppo (di seguito anche solo i Destinatari del Codice). Nei Paesi ove siano stabilite norme più restrittive, per gli ambiti espressamente trattati nel presente Codice, ovviamente queste integreranno le previsioni di questo documento; nel caso contrario il Codice prevarrà sulla normativa eventualmente meno vincolante.

Il dialogo con tutti gli interlocutori e la rendicontazione dei risultati, permettono di instaurare un processo di miglioramento costante dell'azione imprenditoriale e del proprio ruolo inteso in una visione più ampia come detto. Le proposte di miglioramento o la sollecitazione a dare risposte a nuovi interlocutori e a nuove esigenze inesprese costituiscono l'occasione per tenere vivi i Valori fondamentali nella quotidiana azione lavorativa che vede coinvolti tutti i destinatari del Codice Etico.

## I VALORI

- LIBERTA'** Crediamo nella libertà di ideare, realizzare e innovare ogni prodotto o servizio che aumenti il benessere dell'uomo, la soddisfazione dei nostri clienti, la realizzazione dei dipendenti e dei Family Banker® ed in generale di tutti i nostri stakeholder; per questo fine ci impegniamo a salvaguardare la piena consapevolezza ed autonomia di tutti coloro che guardano con interesse al Gruppo Mediolanum (stakeholder sia interni che esterni).
- ECCELLENZA** Mediolanum investe notevoli energie nella facilitazione dell'eccellenza in tutti i suoi processi con cui crea valore. Il raggiungimento delle attese di tutti coloro che beneficiano dell'operato del Gruppo Mediolanum richiede innanzitutto il massimo impegno da parte di coloro che vi lavorano: la passione, il superamento degli ostacoli, l'ascolto delle istanze e lo spirito di collaborazione fanno parte dei comportamenti che fondano il successo del Gruppo.
- RISPETTO** La solidità del successo si basa sulla costante valorizzazione del fattore umano. Il Gruppo crede nell'apporto di tutti verso la buona riuscita delle proprie azioni, frutto del lavoro e delle idee di tutti. Viene diffusa una cultura d'azienda volta ad eliminare ogni possibile discriminazione creando le migliori condizioni ove ognuno possa esprimere al meglio il proprio potenziale nel rispetto degli altri soggetti.
- TRASPARENZA** Il raggiungimento degli obiettivi, la comunicazione interna ed esterna diretta a tutti gli stakeholder è improntata alla massima trasparenza, così da consentire azioni, scelte e decisioni ispirate dalla massima indipendenza e consapevolezza.
- INTEGRITA'** Il Gruppo Mediolanum fonda il proprio agire sul rispetto delle regole, dell'etica professionale e sul valore della persona; promuove comportamenti ispirati alla coerenza, trasparenza, correttezza e fiducia reciproca nel pieno rispetto del Codice Etico di cui il Gruppo si è dotato.



## **EQUITA'**

La crescita sostenibile richiede un costante sforzo di bilanciamento degli interessi e la ricerca del benessere a beneficio di un maggior numero di persone; ove le norme, le prassi o le pratiche commerciali non siano sufficienti il Gruppo Mediolanum basa sulla ricerca dell'equità il valore di riferimento cui indirizzare il suo operato.

## **LE REGOLE DI CONDOTTA**

## **1. Comportamento negli affari**

I fattori di successo della strategia di impresa nel lungo termine si esplicitano in una serie di relazioni e di ambiti che devono essere oggetto della massima attenzione da parte di coloro che sono chiamati a realizzare con il proprio operato gli obiettivi di Mediolanum Vita S.p.A. (di seguito anche “Società” o “Mediolanum Vita”). L’impegno e la professionalità profusi, che contemplano le responsabilità e le funzioni assegnate, non devono in nessun modo compromettere il prestigio e la reputazione aziendale.

Nello svolgimento delle relazioni d’affari la Società si ispira ai principi di:

- correttezza;
- lealtà;
- trasparenza;
- professionalità.

### **1.1. Rapporti con il mercato, gli azionisti e la comunità finanziaria**

Mediolanum Vita mantiene un dialogo costante con il mercato e la comunità finanziaria.

Le regole adottate, volte a bilanciare le attese di vari interlocutori, assicurano:

- la costante verifica della competenza e dell’impegno del management;
- una continua attività informativa che agevoli la diffusione delle decisioni prese;
- la miglior comprensione delle performance raggiunte e degli obiettivi posti;
- l’affidabilità dei dati su cui si basano le decisioni della comunità finanziaria.

Nell’ambito del conglomerato, l’attività di comunicazione è affidata ad apposite strutture, incaricate di gestire i rapporti con il mercato di riferimento e le autorità regolamentari, con gli azionisti, con gli investitori istituzionali e con la comunità finanziaria in generale.

#### **Principi di comportamento**

Poiché il sistema di partecipazione alle decisioni da parte della comunità finanziaria si basa sulla consapevolezza e completezza dell’agire dell’attività imprenditoriale e manageriale, il sistema di informazioni e comunicazioni si basa su principi di:

- affidabilità;
- tempestività;
- completezza;
- trasparenza.

### ***Codice di Autodisciplina***

Banca Mediolanum S.p.A. (Capogruppo del Gruppo Mediolanum) avendo aderito al Codice di Autodisciplina emanato dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana, redige annualmente una relazione che ha lo scopo di illustrare le caratteristiche dell'organizzazione di governo adottata dalla medesima Banca Mediolanum S.p.A., sullo stato di adeguamento del sistema di Governo Societario alle raccomandazioni del Codice secondo il principio del "comply or explain" e motivando gli eventuali scostamenti.

La Relazione annuale compendia l'insieme delle norme di cui si avvale il sistema di direzione e controllo della Società, al fine di garantire la trasparenza dell'operatività del management e la massimizzazione del valore per gli azionisti.

Le Società controllate esplicitano le principali regole di corporate governance adottate in apposite procedure e documenti aziendali (es. Relazioni sulla Struttura Organizzativa, Progetto di Governo Societario, ... ) anche in ottemperanza a precise indicazioni delle Autorità di Vigilanza a Controllo.

### ***Bilancio Sociale***

Il Bilancio Sociale del Gruppo Mediolanum riassume i progetti e le iniziative più rilevanti raggiunti in ambito di responsabilità sociale e affiancandosi – per le informazioni di stampo più finanziario ed economico – al Bilancio Consolidato di Gruppo e al Bilancio di Esercizio. Con il Bilancio Sociale si esplicita il legame tra i valori di Gruppo, le strategie aziendali che caratterizzano i vari esercizi gestionali e le relazioni con i principali portatori di interessi (Stakeholder).

## **1.2. Rapporti con le Autorità e le Istituzioni**

Mediolanum Vita coopera attivamente con le Autorità Pubbliche e gli Organi di Vigilanza e Controllo agevolando il compimento delle specifiche funzioni di pubblica utilità di cui sono investiti.

### **Principi di comportamento**

Le funzioni aziendali competenti, conformemente alle procedure aziendali, incaricate di intrattenere rapporti con le Autorità e le Istituzioni, così come tutti i dipendenti e i collaboratori della Società eventualmente coinvolti, sono tenuti ad ispirarsi ai principi di:

- lealtà;
- correttezza;

- trasparenza;
- tracciabilità.

Ad ognuno è richiesto di prestare la massima collaborazione con tali Autorità fornendo con tempestività e completezza le informazioni, i documenti e i dati richiesti.

Non sono ammessi comportamenti che possano in alcun modo compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti; inoltre i destinatari del Codice non devono porre in essere comportamenti contrari alla legge e tali da configurare violazione dei principi del presente Codice.

E' fatto divieto di rendere, indurre o favorire dichiarazioni mendaci alle Autorità Pubbliche e agli Organi di Vigilanza.

### **1.3. Rapporti con i Clienti**

Il raggiungimento degli obiettivi strategici dipende dall'impostazione dei processi aziendali verso la clientela cui ci si rivolge.

I principi su cui si costruisce una relazione duratura nel tempo con la clientela sono:

- l'individuazione dei bisogni e la soddisfazione attraverso prodotti e servizi rispondenti alle aspettative;
- la cura della relazione;
- l'innovazione e il miglioramento continuo dell'offerta.

#### **Principi di comportamento**

Tutti coloro che sono incaricati di intrattenere rapporti con la clientela impostano i propri comportamenti ai seguenti principi:

- la soddisfazione della clientela va ricercata attraverso la qualità dei prodotti e dei servizi offerti; il dialogo e l'ascolto con il cliente sono la base per intessere rapporti basati sulla fiducia e sulla reciproca conoscenza;
- la ricerca dell'interesse della clientela richiede una puntuale conoscenza di ciascun cliente e l'individuazione del profilo di rischio dell'investitore. Tali informazioni sono necessarie per valutare l'adeguatezza e l'appropriatezza delle operazioni disposte dal cliente, a tutela del suo patrimonio;
- la trasparenza verso i consumatori si basa su azioni concrete: facilitazione nella comprensione delle caratteristiche dei prodotti e dalla documentazione, chiarezza nel

sciogliere dubbi, comunicazioni chiare, tempestive e complete attraverso tutti i canali informativi, costituiscono corollari fondamentali del principio della trasparenza;

- eventuali anomalie o reclami richiedono la ricerca di una rapida soluzione con l'obiettivo di pervenire ad una equa tutela e soddisfazione degli interessi coinvolti;
- l'impegno della Società nel combattere i fenomeni di riciclaggio di proventi derivanti da attività illecite richiede l'attenzione di tutti; il fine perseguito consiste nel salvaguardare il sistema finanziario e il sistema dei pagamenti da quelle tipologie di infiltrazioni che potrebbero compromettere la fiducia che in tale sistemi ripongono gli operatori del settore. Seppur apposite Policy e Procedure disciplinano l'organizzazione del sistema aziendale, le analisi e gli strumenti informatici adottati, gli interventi formativi per contrastare i fenomeni di riciclaggio, si richiama con forza l'obbligo di adempiere alle disposizioni previste in tema di "Adeguate Verifica della Clientela" (obbligo mutuato dal principio *Know Your Customer* sancito dalla Direttiva CE 2005/60).

I destinatari del presente Codice devono vigilare, sia sulla clientela attuale che su quella di nuova acquisizione, su ogni comportamento, segnale o indice, che faccia presumere la violazione della legislazione (o anche della normativa interna) in materia antiriciclaggio, attivando i previsti canali di segnalazione.

#### **1.4. Rapporti con i Fornitori e i Professionisti esterni**

L'impostazione di un rapporto di collaborazione stabile e trasparente con i fornitori pone le condizioni migliori per sfruttare efficacemente le risorse e le competenze di ognuno, migliorando nel tempo anche la stabilità e la competitività della Società.

La scelta dei fornitori e collaboratori, in un mercato caratterizzato da competizione e concorrenza, deve basarsi su valutazioni obiettive, misurabili e qualitative, volte a quantificare correttamente la rispondenza dell'offerta alle effettive esigenze aziendali.

Tali premesse valgono indipendentemente dalle dimensioni dell'acquisto.

##### **Principi di comportamento**

La Società adotta una seria politica di selezione dei propri fornitori e collaboratori, consapevole che l'eccellenza vada perseguita in tutta la filiera di creazione del valore, anche oltre i meri confini aziendali interni.

I principi cui attenersi nei processi di gestione dei rapporti con fornitori e collaboratori sono:

- la ricerca della professionalità deve essere formalizzata, misurabile e controllata; ove necessario la ricostruzione dei criteri di scelta e la trasparenza della relazione forniscono un valido aiuto nella definizione di ulteriori aspetti fondamentali degli accordi con i partner esterni (es. ricerca del giusto prezzo, condizioni su assistenza e tempestività degli interventi,...);
- eventuali situazioni di conflitto di interesse vanno evitate ed eventualmente esplicitate senza che questo comporti alcuna disparità di trattamento o comporti situazioni di inequità nella gestione dei fornitori;
- le consulenze professionali richiedono una attenta valutazione sulle competenze ricercate e sull'ampiezza degli incarichi conferiti; dovranno essere formalizzate le responsabilità e gli impegni volti al rispetto delle linee guida indicate e nel rispetto della legalità e della reputazione della Società;
- il possesso dei requisiti richiesti è condizione sufficiente per garantire pari opportunità ad eventuali nuovi fornitori con i quali assicurare una giusta competizione tra coloro che desiderano entrare in partnership con la Società; naturalmente pari condizioni (es. termini di pagamento, tempi di consegna, responsabilità post vendita,...) sono applicate a coloro che forniscono prodotti e servizi omogenei;
- la condivisione dei valori aziendali è sempre richiesta ai propri fornitori e collaboratori: elementi imprescindibili (anche inseriti in clausole contrattuali) sono l'adesione ai Principi e ai Valori inseriti nel presente Codice Etico. Alle violazioni conseguiranno l'interruzione dei rapporti e la valutazione di misure di tutela a favore di Mediolanum Vita.

### **1.5. Rapporti con gli altri operatori del mercato**

La concorrenza corretta e leale costituisce un elemento fondamentale per lo sviluppo di ogni sistema economico con positive ricadute anche sul tessuto sociale.

Mediolanum Vita promuove un sistema di imprese libero e orientato alla competitività: il successo imprenditoriale deve avvenire in un contesto ove tutti siano posti nelle condizioni di poter disporre delle stesse opportunità e siano sottoposti senza differenza agli stessi meccanismi di regolazione.

### **Principi di comportamento**

I comportamenti di tutti i destinatari del Codice, nel momento in cui si confrontano con gli altri operatori del mercato, devono essere improntati al rispetto della legislazione che regola la concorrenza e la tutela del consumatore.

E' proibito:

- porre in essere iniziative o azioni volte a limitare o distorcere la concorrenza o i diritti dei consumatori;
- esprimere dichiarazioni false o fuorvianti sui concorrenti;
- imporre, in generale, condizioni di esclusiva a controparti che impediscano la possibilità di operare con altri operatori;
- nel corso delle trattative d'affari fare riferimenti ad eventuali prodotti e servizi di concorrenti senza la dovuta completezza, precisione e nel rispetto degli altri operatori del mercato;
- partecipare ad associazioni di categoria per fini diversi dal trattare problematiche di tipo tecnico, giuridico e professionale (es. ricercare accordi o cartelli che possano costituire abusi di posizione dominante; acquisire informazioni di mercato o sulla concorrenza in maniera impropria).

### **1.6. Normativa anti-corrruzione**

La legalità è la condizione essenziale di un contesto istituzionale che si prefigga l'obiettivo di assicurare lo sviluppo sociale ed economico di una comunità organizzata di persone. Tale principio si attesta ancora di più per gli operatori della finanza e del credito che vedono tra le loro "storiche" funzioni:

- la raccolta del risparmio;
- l'allocazione del credito;
- la distribuzione del rischio;
- la creazione di strumenti per lo scambio di beni o servizi.

In tale contesto Mediolanum Vita partecipa attivamente alla lotta di ogni forma di corruzione, sia pubblica che privata, così come riferito dalla legislazione nazionale che, per alcune previsioni, attua la *Convenzione dell'Organizzazione delle Nazioni Unite contro la corruzione*, la *Convenzione Penale sulla Corruzione di Strasburgo* e le *Linee Guida OCSE*.



Nell'ambito dell'esercizio delle proprie funzioni e in tutte le relazioni sia all'interno che all'esterno i destinatari del Codice adottano comportamenti ispirati ai principi di:

- integrità;
- legittimità;
- correttezza.

Naturalmente la Società proibisce ogni tentativo di corruzione, induzione a dare o promettere utilità così come l'accettazione di qualsiasi utilità che sia finalizzata all'omissione dei doveri della propria funzione o al venir meno agli obblighi di fedeltà.

### **Principi di comportamento**

Le relazioni commerciali e d'affari in generale devono tenere conto che

- l'effettuazione di spese di rappresentanza;
- l'elargizione di donazioni o liberalità;
- la corresponsione di sponsorizzazioni;
- l'organizzazione di convegni o altre manifestazioni;

non possono mai risultare improprie o eccedenti le normali pratiche commerciali o i rapporti di cortesia.

Ugualmente è vietato ricevere o accettare omaggi, forme di ospitalità, o comunque beni o utilità che costituiscano violazione dei suddetti normali usi commerciali e che possano configurarsi come richieste di violazione dei propri doveri d'ufficio o di fedeltà o comunque tentativi di influenzare le proprie decisioni.

Nei casi dubbi i destinatari del presente Codice Etico sono invitati ad attenersi scrupolosamente alle procedure interne ed informare i diretti superiori.

Nei rapporti, sia istituzionali che commerciali, con entità pubbliche nazionali o comunitarie, nonché con pubblici funzionari o incaricati di pubblico servizio, o con organi rappresentanti di istituzioni pubbliche, non è consentito accettare o effettuare beni o doni o altre utilità a meno che non rientranti nelle comuni pratiche promozionali o di cortesia di cui si è detto e sempre nel rispetto delle procedure aziendali che disciplinano le attività in esame.

Rientrano nella fattispecie vietate e sopra descritte tutte le forme, anche se non espressamente richiamate o realizzate con l'intervento di soggetti terzi, dirette a violare l'indipendenza di giudizio e la normale operatività prevista dai propri ed altrui doveri d'ufficio e obblighi di fedeltà previsti dall'incarico assunto.

In nessun caso vanno violate le pratiche e i comportamenti previsti dalle apposite legislazioni in tema di contrasto alla corruzione pubblica e privata e dalle indicazioni previste nei codici etici, procedure, regolamenti adottati in argomento dalle controparti e di cui si abbia conoscenza.

## 2. Dipendenti e Collaboratori

Tra i punti fondamentali e insostituibili della competitività della Società vanno ricordati l'impegno di far emergere le migliori competenze professionali delle persone, la partecipazione attiva delle risorse ai processi che li vedono coinvolti e l'agevolazione del sistema di comunicazioni interne che favorisca la cultura dell'ascolto e la circolazione delle informazioni.

La ricerca di risorse umane orientate all'eccellenza nella professionalità, nella flessibilità e con elevata motivazione, viene realizzata nella piena adesione ai principi del rispetto e dell'uguaglianza.

### **Principi di comportamento**

La **centralità**, il **coinvolgimento** e la **partecipazione attiva** del fattore umano ai processi aziendali, costituiscono obiettivi fondamentali degli strumenti di gestione e sviluppo del comportamento organizzativo; la creazione del valore e la competitività sono concepite in Mediolanum Vita sulla base dei principi di rispetto e uguaglianza.

Tutti i dipendenti e collaboratori sono inseriti in un ambiente di lavoro ove non è ammessa alcuna discriminazione dovuta a caratteristiche personali o orientamenti di pensiero; vengono adottate opportune strategie per contrastare eventuali comportamenti vessatori e tutti i dipendenti e collaboratori sono chiamati a diventare parte attiva nella creazione di un clima di lavoro ispirato ai valori suddetti.

I rapporti di lavoro sono improntati a principi quali:

- la comprensione
- l'uguaglianza
- il rispetto.

La società non tollera alcuna forma di abuso inteso come condotta discriminatoria lesiva del personale senso della dignità umana e assicura ogni sollecita protezione, in occasione della violazione di tale principio.

L'azione manageriale ambisce al continuo **sviluppo** delle competenze: la Società offre ai propri dipendenti e collaboratori opportunità di miglioramento delle proprie professionalità.

Le azioni concrete consistono in:

- programmi di formazione sin dai primi momenti di inserimento in azienda;

- iniziative volte ad accompagnare le persone nella propria crescita partendo dai momenti di assunzione di nuove responsabilità o in presenza di importanti cambiamenti organizzativi;
- sviluppo delle competenze cognitive, emozionali e gestionali delle risorse.

Lo sforzo è finalizzato, inoltre, a favorire

- la condivisione dei valori del Gruppo Mediolanum;
- la promozione di comportamenti coerenti con la strategia d'impresa;
- la gestione proattiva dell'evoluzione dei ruoli e delle competenze richiesta sempre più dai contesti competitivi odierni.

Ogni soggetto incaricato di ruoli di responsabilità manageriale è chiamato ad esprimere il ruolo di *coach* verso i propri diretti e collaboratori.

I criteri di selezione, incentivazione, promozione sono ispirati a principi di merito e competenza.

Mediolanum Vita ha definito **sistemi di valutazione** basati sulla misura del grado di valutazione della performance organizzativa utilizzando indicatori di riferimento comunicati e condivisi e considerando che i risultati possono essere frutto sia dell'impegno individuale che del lavoro di squadra.

I sistemi di ricompensa e sviluppo sono basati su fattori quali:

- conoscenza;
- competenze;
- performance raggiunte;
- potenzialità.

La promozione di un clima ispirato a **collaborazione e cooperazione**, nel convincimento che i risultati più duraturi si ottengano con il lavoro di squadra, risiede nella certezza che la fiducia riposta nel capitale umano rappresenti l'investimento a lungo termine più importante.

La creazione di valore attraverso una lungimirante visione del fattore umano richiede un opportuno sistema di **comunicazione interna** che rappresenta una condizione necessaria affinché le persone si sentano coinvolte nella strategia e nei suoi obiettivi operativi; infine la capacità di "ascolto" si sostanzia anche nella premiazione delle proposte di *improvement* e innovazione che spesso diventano fattori di successo e di sensibile miglioramento incrementale.

In un contesto ove la Società riconosce la centralità delle Risorse Umane e promuove il contributo professionale delle persone che vi operano in un clima ispirato a lealtà e reciproca fiducia, si richiamano i Destinatari del Codice al proprio dovere di adempiere lo svolgimento della funzione o dell'incarico su **principi di diligenza e fedeltà** sotto l'aspetto formale e sostanziale, impegnandosi a non utilizzare a fini personali informazioni, beni e attrezzature di cui dispongano o ad un uso improprio di eventuali beni personali di cui sia consentita l'introduzione nell'ambiente di lavoro.

### **2.1. Cariche pubbliche**

I dipendenti e collaboratori che accettano, ricoprono, si candidano a ricoprire, cariche pubbliche o politiche, che possano incidere sulla attività lavorativa o da cui possono discendere eventuali conflitti di interesse, sono tenuti a notificare il fatto alla Società. Nel rispetto delle norme di legge verranno concordate le modalità per la gestione degli impegni assunti in ottemperanza agli impegni di lavoro. In ogni caso nello svolgimento delle attività conseguenti alla assunzione di incarichi pubblici o politici non devono essere spesi impropriamente i nomi delle Società del Gruppo Mediolanum.

### 3. Attività di rilevanza sociale

Mediolanum Vita, in coerenza ai propri valori, mette a disposizione della comunità parte del valore creato frutto del lavoro d'impresa. L'attenzione alle iniziative di impegno sociale e il sostegno alla collettività volto alla promozione umana sono interventi concreti che realizzano questi principi.

#### **Principi di comportamento**

Le donazioni e le liberalità sono volte a realizzare iniziative a favore di soggetti svantaggiati, sia da condizioni politico-sociali che ambientali. Parimenti vengono sostenute iniziative di promozione del territorio di stampo storico, artistico, culturale, religioso.

I processi di gestione sono condotti sulle seguenti regole:

- le decisioni sono assunte prescindendo dalla eventuale visibilità o ritorno d'immagine;
- l'intero processo è ispirato a criteri di trasparenza, tracciabilità, documentabilità;
- le iniziative oggetto di valutazione possono avere ambito nazionale o internazionale;
- qualora, per raggiungere fini di rilevanza sociale, la Società partecipi ad iniziative assieme ad altri partner o le somme siano messe a disposizione di associazioni, enti no profit o fondazioni, viene effettuata una attenta valutazione dell'attività da questi svolta, al fine di rendere efficace e trasparente lo sforzo economico profuso.

#### **4. Sicurezza sul Lavoro**

L'Azienda è impegnata a garantire condizioni di lavoro in ambienti sicuri e confortevoli. Per questo fine diffonde una cultura orientata:

- alla sicurezza,
- alla consapevolezza degli eventuali rischi e della loro prevenzione,
- al rispetto dell'ambiente.

Mediolanum Vita chiede a tutti di contribuire al raggiungimento di questi obiettivi, evitando comportamenti che possano arrecare danni a sé, ad altri o alle strutture. Tutti i dipendenti e collaboratori sono tenuti a osservare violazioni alla normativa in materia di sicurezza e salute degli ambienti di lavoro o di rispetto dell'ambiente.

##### **4.1. Sicurezza e benessere del luogo di lavoro**

La Società è consapevole che l'eccellenza dei processi aziendali e la crescita delle competenze professionali sono facilitate da ambienti di lavoro orientati a favorire sicurezza e benessere. Numerose sono le iniziative volte a proporre la cura e la salute della persona. In particolare apposite strutture di Gruppo sono incaricate di presidiare le tematiche legate all'applicazione e controllo delle normative sulla sicurezza dei luoghi di lavoro (*safety*) e quelle inerenti la vigilanza, la gestione degli impianti antintrusione e controllo accessi (*security*).

##### **Principi di comportamento**

Le attività aziendali sono caratterizzate dai seguenti principi:

- attenzione alla sicurezza al fine di proteggere la salute dei propri dipendenti, collaboratori e ospiti delle sedi del Gruppo;

Le strategie operative di ogni processo di business sono uniformate al rispetto delle disposizioni legislative e della politica aziendale in materia di sicurezza, salute e ambiente;

- periodiche verifiche delle prestazioni e dell'efficienza dei propri sistemi, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati in materia di sicurezza, salute e rispetto dell'ambiente e ove necessario, porre in atto le opportune azioni correttive;
- adozione di misure preventive orientate ad azzerare i potenziali rischi di lesioni e infortuni sul posto di lavoro;

- sviluppo di iniziative, adozione di strumenti, redazione di procedure volte a garantire le condizioni lavorative ottimali da un punto di vista dell'igiene, dell'ergonomia delle postazioni di lavoro, della sicurezza delle strutture, ove si svolgono le attività lavorative, e dei sistemi in uso;
- divulgazione e comunicazione della cultura della prevenzione e della consapevolezza dei rischi tra i lavoratori (es. tramite idonei corsi di formazione, informazioni ai dipendenti e collaboratori e tramite il portale aziendale);
- divieto di porre in essere azioni che possano in ogni caso compromettere la sicurezza e salute sui luoghi di lavoro a danno di sé o di terzi.

#### **4.2. Strumenti informatici e telematici**

L'azienda ha predisposto misure di carattere organizzativo e tecnologico tese ad assicurare elevati standard di sicurezza informatica, quali ad esempio:

- misure che consentono l'accesso solo ad utenti autorizzati, con un livello di fruizione limitato ai servizi previsti per il profilo specifico (sistemi di autenticazione / principio del minimo privilegio);
- la correttezza dei dati scambiati (integrità);
- la protezione dei sistemi informatici e telematici da attacchi di software malevoli;
- controlli sull'Infrastruttura di rete;
- un adeguato processo di gestione degli *incident* in tema di sicurezza.

Tali importanti obiettivi si raggiungono non solo attraverso l'adozione di misure organizzative e informatiche adottate nei vari processi aziendali, volte alla protezione degli asset e della integrità del patrimonio informativo, ma anche attraverso una consapevolezza del ruolo attivo che tutti i Destinatari del presente Codice debbano avere in merito al corretto uso delle risorse Informatiche e Telematiche.

#### **Principi di comportamento**

L'utilizzo degli strumenti informatici e telematici assegnati deve avvenire nel rispetto delle leggi e delle normative vigenti (in materia di illeciti informatici, di sicurezza informatica, di privacy e di diritto d'autore) e nel rispetto dei regolamenti, policy e procedure interne (si ricordano i documenti di Gruppo relativi alla Sicurezza delle Informazioni, i regolamenti di Utilizzo della Posta Elettronica e dei Personal Computer, le procedure per il Change e Release Management e Incident Management).



Agli utenti destinatari del presente Codice è vietato:

- accedere a sistemi informatici o telematici senza le dovute autorizzazioni;
- violare i limiti di accesso ai sistemi aziendali per cui sono stati autorizzati;
- utilizzare i sistemi e le reti informatiche sia aziendali che extra aziendali per violare sistemi informatici altrui;
- violare le direttive in tema di installazione del software.

Inoltre, coloro i quali sono coinvolti, a vario titolo, nei processi di Change, Release Management e Incident Management, devono attenersi scrupolosamente alle policy e procedure aziendali correlate a tali attività.

Attraverso i sistemi di *information e communication technology* i destinatari del presente Codice possono accedere, sulla base del proprio profilo autorizzativo, al patrimonio informatico aziendale composto, tra l'altro, da piani aziendali, anagrafiche dei clienti, informazioni finanziarie non pubbliche, materiale soggetto al diritto d'autore, informazioni riservate e privilegiate.

In nessun caso è consentito utilizzare i sistemi informatici e telematici per diffondere, spedire o archiviare, per finalità illecite o non autorizzate, le informazioni e i materiali suddetti.

## 5. Attenzione all'Ambiente

La tutela dell'ambiente costituisce un aspetto basilare nella responsabilità di impresa. La Società si impegna ad adottare, nei propri processi aziendali, soluzioni innovative che riducano al minimo il consumo di risorse o prevedano l'utilizzo di risorse a ridotto impatto ambientale mantenendo elevati standard di efficienza e sicurezza.

Inoltre è stata impostata una politica volta al corretto smaltimento dei rifiuti e sono state adottate delle misure che perseguono il riciclo dei materiali riutilizzabili.

Apposite iniziative sono indirizzate alla informazione dei dipendenti e collaboratori (attraverso la cartellonistica e la intranet interna) circa la politica della Società in materia di ambiente e le corrette procedure cui tutti sono invitati ad attenersi.

### **Principi di comportamento**

In sinergia con le altre Società del Gruppo, le azioni concrete che Mediolanum Vita ha messo in essere nel corso del tempo e finalizzate ad una politica di sostenibilità ambientale richiedono l'adozione di comportamenti in sintonia alla strategia aziendale volta alla salvaguardia dell'ambiente:

- vengono privilegiate le iniziative che apportano ai processi aziendali innovazioni volte a ridurre il consumo di risorse con particolare beneficio sia dell'azienda che della clientela;
- la scelta dei fornitori deve privilegiare coloro che improntano la loro attività alla sostenibilità ambientale e sociale;
- i partner incaricati della gestione di rifiuti che possono arrecare un impatto negativo all'ambiente devono comprovare le professionalità acquisite e le autorizzazioni necessarie;
- nella produzione di energia per il funzionamento delle attività di *facility management* la Società si impegna a sviluppare e adottare azioni e strutture dirette alle energie meno inquinanti, caratterizzate da ridotte emissioni e da alta efficienza; viene attuata una stretta politica di osservanza delle normative e dei migliori standard di mercato sui processi autorizzativi e di comunicazione di tali impianti;
- il monitoraggio dei dati ambientali è inserito nel sistema di comunicazione dei dati e informazioni alla comunità degli *stakeholder*;
- i dipendenti e i collaboratori sono tenuti a rispettare le indicazioni attinenti il corretto smaltimenti dei rifiuti; ove persistano dubbi sono invitati a consultare le strutture aziendali competenti;

- la Società è costantemente impegnata nel ricercare le soluzioni maggiormente indirizzate alla responsabilità ambientale, garantendo la piena adozione delle prescrizioni normative nazionali ed internazionali.

## 6. Ruolo del Sistema dei Controlli Interni

Il complesso sistema degli obiettivi aziendali e la stessa attuazione del presente Codice passano attraverso un efficace Sistema di Controllo Interno.

Il governo dell'azienda, la gestione delle priorità, il monitoraggio e la mitigazione del rischio sono compendiate in quell'insieme di strumenti che definiscono le regole di gestione dei processi aziendali, nel pieno rispetto delle leggi, delle norme e delle disposizioni degli Organi di Vigilanza.

L'azienda, nell'ottica del soddisfacimento delle attese di tutti i suoi stakeholder, impegna notevoli risorse per:

- la costituzione di adeguate strutture di controllo;
- il costante miglioramento dei processi di identificazione e misurazione del rischio;
- l'implementazione di strumenti volti alla misurazione e al monitoraggio del rischio;
- il costante presidio del rischio e dell'efficacia delle misure di contenimento;
- la formalizzazione dei ruoli, delle procedure e nell'identificazione delle responsabilità chiave nella governance della azienda;
- la costruzione di sistemi informativi aziendali volti alla completezza, affidabilità e integrità delle informazioni che supportano un articolato sistema decisionale.

### 6.1. Il funzionamento del Sistema dei Controlli Interni

Il Sistema dei Controlli Interni vede coinvolte diverse funzioni che operano, con ruoli specifici, ai vari livelli in cui è articolata la cosiddetta "piramide dei controlli": nell'ottica di una segregazione delle funzioni esistono strutture aziendali che effettuano controlli sia nell'ambito dei processi operativi (controlli di 1° livello), che ad un livello superiore (controlli di 2° livello). Al vertice di tale gerarchia si colloca l'Internal Auditing che, rispondendo all'organo di gestione strategica, presidia tutto il sistema dei controlli interni.

#### **Principi di comportamento**

La Società, consapevole di come sia fondamentale uno spirito collaborativo da parte dei dipendenti e dei collaboratori nella creazione di una cultura orientata al controllo e al **rispetto sostanziale** dei presidi al rischio insito nei processi aziendali, individua non solo specifici attori deputati ad un ruolo chiave nel Sistema dei Controlli Interni, ma richiede a tutti di partecipare attivamente e responsabilmente a **conformare la propria attività** lavorativa alle **procedure, alle policy, ai regolamenti** adottati in **materia di controlli e**

**verifiche.** Si richiede, infine la massima disponibilità e spirito collaborativo allo svolgimento delle attività di verifica sia delle strutture aziendali volte al controllo (es. Internal Auditing, Compliance & Risk Control) che agli eventuali attori esterni (società di revisione incaricate, sindaci, Autorità di Vigilanza e Autorità Pubbliche). Periodicamente le iniziative di formazione obbligatorie che l'azienda propone ai dipendenti e collaboratori (es. in materia di compliance, antiriciclaggio, privacy, d.lgs. 231/01) costituiscono l'occasione per assimilare il dettato normativo e la normativa interna eventualmente prodotta. Le strutture preposte vanno inoltre sempre contattate in caso di dubbi interpretativi o perplessità circa l'eventuale impatto nell'attività operativa.

## **6.2. Contabilità**

La gestione della complessità aziendale ed il supporto al sistema delle decisioni avviene anche grazie ad un efficace sistema contabile e di informativa societaria.

Per realizzare gli obiettivi di una corretta rappresentazione delle operazioni aziendali e delle informative periodiche di sintesi, devono essere seguite le regole e i metodi indicati dalla prassi ragionieristica e dai principi contabili di riferimento, oltre naturalmente ad osservare le norme di legge.

Adottiamo quindi procedure contabili e sistemi di controllo volti a:

- assicurare la tempestiva, corretta e completa rilevazione dei fatti di gestione;
- redigere situazioni contabili nel pieno rispetto delle norme di legge e dei principi contabili applicabili, in modo da garantire la corretta e veritiera rappresentazione dei risultati economici, patrimoniali e finanziari della società.

I principi su cui si fonda tale impianto amministrativo sono quindi:

- la chiarezza;
- la correttezza;
- la veridicità;
- l'accuratezza;
- la completezza;
- la tempestività.

### **Principi di comportamento**

Le scritture contabili devono essere redatte secondo i principi sopracitati e devono consentire la redazione di un quadro attendibile e fedele della situazione aziendale, nel rispetto dei principi contabili di riferimento.

Ogni operazione e transazione effettuata deve essere correttamente registrata. Ciascuna operazione deve essere supportata da adeguata documentazione, al fine di poter procedere all'effettuazione di controlli, sia interni che della società di revisione e delle autorità competenti, che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuino chi ha autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione stessa.

Deve essere assicurata la tempestiva immissione nel sistema informativo aziendale delle transazioni opportunamente documentate. Ugualmente è assicurata l'iscrizione delle poste valutative, volte a garantire la salvaguardia patrimoniale e la corretta rappresentazione dei fatti aziendali.

Devono essere attuate adeguate ed opportune modalità di conservazione della documentazione contabile, al fine di garantire la genuinità e la veridicità di ciascun documento.

Particolare cura assume l'invio della documentazione periodica alle autorità di Vigilanza e al mercato che integri i principi di completezza, accuratezza, attendibilità e chiarezza al fine di soddisfare le diverse esigenze informative e di rendicontazione.

È fatto divieto a tutti i dipendenti e collaboratori di contravvenire ai principi di comportamento suddetti, anche attraverso comportamenti omissivi, che possano in qualunque modo condurre a informazioni incomplete, fittizie, non opportunamente documentate o non conformi ai processi autorizzativi.

### **6.3. Informazioni privilegiate**

La regolamentazione in tema di informazioni privilegiate si pone come contrasto ad una gestione inadeguata, intempestiva, incompleta che possa arrecare asimmetrie informative alla comunità finanziaria.

Le procedure di trattamento e diffusione delle Informazioni Privilegiate costituisce una forma di tutela del mercato e degli investitori assicurando una adeguata informativa circa i fatti e i dati aziendali, impedendo che, alcuni soggetti in possesso di tali informazioni, se ne avvalgano prima che vengano opportunamente divulgate per trarne un indebito vantaggio.

Sono privilegiate le informazioni che:

- non siano state rese pubbliche;
- siano caratterizzate da precisione (cioè si riferiscono a circostanze esistenti o imminenti tali da consentire possibili effetti sui prezzi degli Strumenti Finanziari emessi da Mediolanum Vita o da altre Società del Gruppo);
- riguardino direttamente o indirettamente Mediolanum Vita o le altre Società del Gruppo Mediolanum
- se rese pubbliche, è ragionevole presumere siano utilizzate da un investitore come uno degli elementi su cui fondare le proprie decisioni di investimento.

### **Principi di comportamento**

I destinatari del Codice assicurano la massima riservatezza in relazione alla diffusione di notizie o informazioni attinenti il *patrimonio informativo* aziendale o inerenti la sua attività, di cui siano venuti a conoscenza nell'ambito del proprio ruolo, rispettando le normative e le procedure interne previste. Inoltre:

- i dipendenti e collaboratori sono tenuti a mantenere la riservatezza sulle informazioni confidenziali acquisite dai clienti o di cui comunque siano venuti a conoscenza nell'ambito della propria attività;
- coloro che vengono in possesso di informazioni privilegiate attinenti (i) Mediolanum Vita e le altre Società del Gruppo, (ii) gli strumenti finanziari da queste emessi, (iii) le società clienti e (iv) gli strumenti finanziari da queste emessi, sono tenuti ad attenersi alle norme in materia di abusi di mercato e di gestione e divulgazione delle informazioni privilegiate, materie disciplinate anche da specifiche procedure interne;
- le informazioni che presentano le caratteristiche di confidenzialità e riservatezza possono essere gestite nell'ambito delle funzioni degli uffici della Società:
  - solo per motivi strettamente legati alle funzioni e ai processi aziendali ricoperti;
  - avendo riguardo alla effettiva esigenza di gestirle;
  - garantendo la dovuta diligenza per salvaguardarne la riservatezza;
- sono vietati utilizzi di informazioni riservate, privilegiate e confidenziali ricevute dai clienti, attinenti in qualunque modo Mediolanum Vita e le altre Società del conglomerato finanziario Mediolanum e gli strumenti finanziari da queste emessi:
  - per attività che possano configurare un interesse proprio o di terzi;

- per perfezionare operazioni personali o per conto terzi, anche avvalendosi della collaborazione di terze parti,
- per far compiere a terzi operazioni sulla base delle informazioni medesime;
- sono vietati comportamenti da parte dei destinatari del Codice che possano anche solo potenzialmente arrecare conseguenze sfavorevoli a terzi investitori, derivanti dall'utilizzo di informazioni confidenziali e finalizzato a falsificare il regolare meccanismo di determinazione dei prezzi degli strumenti finanziari (*market abuse*).

A tutti è richiesta una stretta osservanza delle normative e delle procedure interne emessa in tema di riservatezza e di informazioni privilegiate.

Infine, pur nell'ambito delle operatività personali che non contrastino la normativa relativa all'abuso di informazioni privilegiate o che possano configurare manipolazioni di mercato, tutti sono invitati a limitare tali operazioni alle tempistiche strettamente necessarie, senza che interferiscano nella quotidiana attività lavorativa.

#### **6.4. Conflitti di interesse**

La Società imposta i rapporti con la propria clientela su solide basi di trasparenza ed integrità. L'adozione di misure per la gestione delle possibili situazioni di conflitto di interesse che possono instaurarsi con la propria clientela rappresenta un elemento attraverso cui si realizzano concretamente i valori suddetti, in particolar modo nel caso di clienti che instaurano relazioni con un conglomerato finanziario come è il Gruppo Mediolanum, attivo nel business bancario, finanziario, assicurativo e organizzato in diverse compagini societarie.

##### **Principi di comportamento**

Sono state formalizzate apposite misure organizzative finalizzate ad identificare, prevenire e gestire le eventuali situazioni di conflitto di interesse che possono insorgere con il cliente o tra i clienti al momento della prestazione di servizi e attività di investimento.

In tema di conflitti di interesse particolare attenzione deve essere posta da alcune figure professionali definite "soggetti rilevanti", quali ad esempio:

- i componenti degli organi aziendali e i soci;
- i dipendenti e collaboratori che partecipino alla prestazione di servizi e attività di investimento;
- gli appartenenti alle reti di vendita delle Società del Gruppo;



- le persone fisiche che partecipino direttamente alla prestazione di servizi sulla base di accordi di esternalizzazione (outsourcer) aventi ad oggetto la prestazione di servizi di investimento.

I presidi organizzativi prevedono:

- la separazione dei processi decisionali delle linee di business interessate ai servizi di investimenti e
- il divieto di un'indebita circolazione di informazioni confidenziali tra i soggetti rilevanti coinvolti in attività potenzialmente a rischio di conflitto di interesse che possano ledere gli interessi della clientela.

Una regolare condotta prevede che:

- i soggetti rilevanti non compiano operazioni nelle quali abbiano un interesse personale in conflitto con quello del cliente;
- i soggetti rilevanti informino i propri superiori o altri referenti, se previsti, delle situazioni o attività nelle quali potrebbero essere titolari di interessi in conflitto con quelli della Società;
- qualora le misure adottate non eliminino del tutto il rischio di nuocere agli interessi dei propri clienti, le Società del Gruppo si riservano di astenersi dalla prestazione del servizio o di darne informativa ai clienti per l'assunzione di scelte consapevoli;
- venga istituito un registro all'interno del quale siano riportate le tipologie di attività e servizi di investimento per i quali sia sorto o possa sorgere un conflitto di interessi.

### **6.5. Riservatezza e protezione dei dati**

La Società assicura il diritto alla riservatezza attinente le informazioni della propria clientela, dei propri dipendenti e collaboratori e dei terzi con cui sia entrata anche occasionalmente in contatto.

Apposite misure garantiscano il diritto di ogni individuo a gestire in piena autonomia i propri dati personali.

### **Principi di comportamento**

La raccolta, l'elaborazione, il raffronto, la cancellazione, la modificazione, la comunicazione o la diffusione dei dati e delle informazioni attinenti i soggetti suddetti deve avvenire con il consenso dell'avente diritto e in ogni caso senza arrecargli eventuali pregiudizi.

Gli interessati hanno accesso a tutte le informazioni pertinenti la propria persona detenute e trattate sia dalla Società che, se autorizzate, da terzi.

In base alla classificazione dei dati e delle informazioni che sono state previste dalla normativa e per i quali sono stati previsti diversi livelli di protezione al trattamento, l'interessato può conoscere l'autore e i fini del trattamento, pretendendo aggiornamenti o cancellazioni.

Inoltre:

- i dipendenti e collaboratori devono limitarsi a trattare i dati unicamente nell'ambito lavorativo di competenza;
- particolare attenzione deve essere data alla custodia della documentazione affidata impedendo accessi non autorizzati;
- qualora i dati e le informazioni oggetti di protezione siano trattati da applicazioni informatiche, le password e profili di accesso devono essere accuditi con diligenza;
- in ogni caso le richieste di accesso a dati oggetto di protezione devono essere autorizzate e devono essere strettamente legate al ruolo e alle esigenze lavorative degli incaricati.

L'obbligo alla riservatezza potrà essere superato solo ove ricorra un obbligo di legge a comunicare i dati e le informazioni oggetto di protezione a determinati soggetti (es. ad Autorità Pubbliche, nell'ambito della normativa antiriciclaggio, in caso di accertamenti fiscali e tributari, ecc...).

## **7. Attuazione e Violazioni**

### **7.1. Responsabilità**

Il Codice Etico è approvato dal Consiglio di Amministrazione della Società, lo stesso deve approvarne ogni aggiornamento.

La responsabilità delle proposte di aggiornamento del Codice, l'istruttoria delle eventuali notizie di violazione, la valutazione delle risposte a chiarimenti in merito alla sua applicazione così come la proposta delle iniziative di formazione sono attribuite al Comitato per il Controllo Interno e i Rischi di Mediolanum Vita S.p.A. che per tali finalità si potrà avvalere anche di altre strutture del Gruppo.

### **7.2. Diffusione**

A livello di Gruppo, il Codice Etico è diffuso a tutti:

- i componenti degli organi societari,
- i dipendenti,
- i collaboratori,
- gli appartenenti alle eventuali reti di vendita delle Società del Gruppo Mediolanum.

La distribuzione potrà avvenire attraverso gli appositi canali informativi (es. intranet aziendale, database per circolari e comunicazioni, consegne cartacee) in particolari momenti dell'instaurarsi del rapporto o durante la sua costanza (es. nomina, assunzione o in occasione di iniziative di formazione).

La sua conoscenza è obbligatoria.

I terzi (es. fornitori, professionisti esterni,...) hanno la possibilità di conoscerlo attraverso il sito internet ove viene pubblicato ad ogni aggiornamento. Nell'occasione della formalizzazione di contratti o accordi il Codice potrà essere espressamente richiamato per espliciti impegni al rispetto in tutto o di sue specifiche parti.

Tutti i destinatari del Codice, nell'ambito delle proprie funzioni sia all'interno della Società che con attori terzi, promuovono i principi e i contenuti del Codice, secondo le modalità e gli ambiti più opportuni.

Mediolanum Vita è attiva con iniziative formative per la conoscenza e applicazione del Codice; tali iniziative sono dirette a creare una condivisione sui valori e contenuti del Codice stesso.

I responsabili di unità organizzative rivestono un ruolo particolare nell'ambito della diffusione del Codice verso i propri collaboratori rafforzando il lavoro di squadra e la creazione di un clima di fiducia; lo sviluppo professionale e personale dei propri diretti deve integrare anche occasioni di divulgazione dei principi contenuti in questo documento, con l'obiettivo che l'operatività quotidiana sia improntata ai valori e comportamenti qui contenuti, complessivamente indirizzati ad un alto livello di responsabilità di impresa.

### **7.3. Segnalazioni**

Allo scopo di garantire effettiva applicazione del Codice Etico, la Società ha istituito appositi canali per la segnalazione di presunte inosservanze del presente documento.

Le segnalazioni di presunte violazioni possono essere indirizzate alla casella di posta elettronica:

- [Codiceetico@mediolanum.it](mailto:Codiceetico@mediolanum.it)

Diversamente possono essere inviate

- [all'indirizzo postale di Mediolanum Vita all'Attenzione del "Comitato per il Controllo Interno e Rischi"](#).

Sono oggetto di considerazione anche le segnalazioni giunte in forma anonima.

### **7.4. Sanzioni**

I destinatari del Codice devono astenersi dal compiere comportamenti che potrebbero, anche solo potenzialmente, comportare la violazione dei principi e dei comportamenti contenuti in questo documento, nelle procedure di attuazione o nelle normative richiamate.

Le disposizioni del Codice sono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dai componenti degli organi societari, dai dipendenti, dai collaboratori, dai soggetti in relazione d'affari con la Società.

La violazione delle norme del Codice costituisce inadempimento delle obbligazioni contrattuali suddette da cui potranno derivare intraprese le debite conseguenze di legge o disciplinari, tra cui la risoluzione del contratto o dell'incarico con richiesta di eventuali risarcimenti.

Le disposizioni disciplinari riguardanti i Dipendenti richiamate in caso di inosservanze dal Codice, sono conformi a quanto disposto dalla normativa prevista dai Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro applicati.

#### **7.5. Controlli sulle segnalazioni e sull'osservanza del Codice Etico**

Il Comitato per il Controllo Interno e Rischi di Mediolanum Vita si impegna ad effettuare le necessarie verifiche ed approfondimenti una volta giunte le notizie di presunte violazioni del Codice, anche richiedendo controlli alle strutture aziendali competenti, operando secondo le modalità che riterrà più opportune.

Viene garantita la riservatezza degli autori di segnalazioni circostanziate e dei fatti segnalati, così come viene assicurata la protezione da qualsiasi forma di penalizzazione o discriminazione che potrebbe discendere ai segnalanti, fatti salvi gli obblighi di legge.