

	Predisposto da: Organizzazione
	Versione del 07/09/2022
<i>Oggetto</i>	<i>Stato</i>
<b>Codice di Condotta</b>	<b>Emanato</b>

## Codice di Condotta

*Processo aggiornato alla data  
07 settembre 2022*

Questo documento è stato prodotto ad uso interno. Ne è pertanto vietata la citazione o la riproduzione con l'obiettivo di diffonderlo all'esterno di MBFACTA senza l'approvazione scritta.

# Indice

1	Il Codice di Condotta: un impegno condiviso	3
2	I valori cardine del Gruppo	5
3	Tutela del miglior interesse del cliente	7
4	Protezione dei dati	9
5	Gestione dei conflitti di interesse	13
6	Contrasto alla corruzione	14
7	Contrasto al riciclaggio e al finanziamento del terrorismo	15
8	Contrasto all'evasione fiscale	17
9	Gestione del rischio reputazionale	18
10	Uso dei beni aziendali	20
11	Comunicazione e poteri di rappresentanza	21
12	Gestione delle risorse umane	22
13	Rapporti con i fornitori	24

## 1 Il Codice di Condotta: un impegno condiviso

Il Codice di Condotta definisce, insieme al Codice Etico del Gruppo Mediobanca, principi fondamentali alla base della reputazione di MBFACTA S.p.A. ("MBFACTA" o "Società") e del Gruppo bancario Mediobanca ("Gruppo") e i valori che ne ispirano la quotidiana operatività, descrivendo inoltre lo standard di comportamento richiesto a tutti i dipendenti e collaboratori di MBFACTA.

### *Approvazione e pubblicazione*

Il Consiglio di Amministrazione di MBFACTA approva il Codice di Condotta del personale e dei collaboratori di MBFACTA e i suoi aggiornamenti materiali.

Il Codice di Condotta è redatto in coerenza con i valori cardine e i principi espressi nel Codice di Condotta approvato dalla Capogruppo Mediobanca.

La pubblicazione del Codice di Condotta sulla intranet della Società, insieme alla normativa interna rilevante, viene esplicitamente rappresentata via mail a tutti gli interessati.

### *Responsabilità individuale*

Tutti i dipendenti e i collaboratori della Società, inclusi fornitori e consulenti (complessivamente, i "Destinatari") devono conoscere il Codice di Condotta e orientare il loro comportamento ai principi e ai valori in esso contenuti.

I Destinatari devono inoltre:

- rispettare la normativa esterna e interna applicabile alla loro attività o al loro ruolo;
- completare le iniziative di formazione organizzate dalla Società sulla normativa rilevante;
- promuovere la diffusione di una cultura etica, rappresentando un modello positivo per i colleghi;
- segnalare prontamente eventuali violazioni e collaborare alle eventuali indagini di approfondimento.

I responsabili di unità organizzative devono assicurarsi che i Destinatari posti sotto la loro supervisione mantengano gli standard etici e professionali più elevati.

Qualora non esercitino correttamente i propri poteri di supervisione, infatti, potrebbero essere ritenuti congiuntamente responsabili delle violazioni compiute dai loro collaboratori.

### *Segnalazione delle violazioni*

Se i Destinatari ritengono in buona fede che si sia verificata o vi sia il rischio concreto che si verifichi una violazione del Codice di Condotta, sono tenuti a effettuare tempestivamente una segnalazione al proprio responsabile e/o tramite uno dei canali interni dedicati (riportati nelle successive sezioni del documento). Queste segnalazioni saranno approfondite in tempi rapidi e gestite in maniera riservata, assicurando che il segnalante non subisca discriminazioni o ritorsioni.

La Società ha istituito anche un canale dedicato, accessibile scrivendo a [segnalazioni@mbfacta.it](mailto:segnalazioni@mbfacta.it), per segnalazioni su disfunzioni dell'assetto organizzativo, del sistema dei controlli interni, irregolarità nella gestione della Società e violazioni delle norme disciplinanti l'attività societaria.

Alcune Autorità hanno inoltre attivato appositi canali con cui raccogliere segnalazioni provenienti da dipendenti e collaboratori di imprese sottoposte alla loro supervisione.

D. Cosa devo fare se un collega mi chiede supporto in un'attività che a mio avviso è contraria al Codice di Condotta?

R. Tutti i Destinatari sono tenuti ad astenersi da condotte potenzialmente contrarie al Codice di Condotta, segnalando tempestivamente eventuali criticità tramite i canali predisposti dal Gruppo, mantenendo la riservatezza della segnalazione, senza coinvolgere altri colleghi.

### **Dovere di collaborazione**

Le Autorità o le funzioni di controllo interne della Società potrebbero effettuare controlli o indagini per approfondire possibili violazioni della normativa interna o esterna.

Qualora i Destinatari fossero coinvolti in questi approfondimenti, dovranno collaborare con la massima trasparenza, fornendo informazioni veritiere, complete e accurate.

Nei rapporti con le Autorità, dovranno anche:

- assicurare assoluta riservatezza alle richieste dell'Autorità e ai temi trattati in eventuali incontri;
- evitare commenti o giudizi informali basati su impressioni personali o non connessi al proprio ambito di attività;
- non chiedere né offrire vantaggi di qualsiasi natura per ottenere trattamenti di favore;
- informare tempestivamente di tutte le richieste la Funzione di volta in volta incaricata di coordinare i rapporti con l'Autorità, attenendosi alle indicazioni ricevute e redigendo un verbale degli eventuali incontri con l'Autorità.

D. Ricevo una chiamata da un'esponente di un'Autorità di vigilanza in merito a una sua indagine su un'operazione che ho concluso con un cliente. Posso rispondere alle sue domande in merito?

R. Sì, ma solo coinvolgendo nella risposta le Funzioni interne responsabili dei contatti con l'Autorità (es. Funzioni di controllo o presidi specialistici). Occorre inoltre prestare attenzione, specie nei contatti telefonici, a tentativi di frode da parte di soggetti che possono fingere di essere esponenti di Autorità.

### **Conseguenze della violazione del Codice di Condotta**

Il Codice di Condotta è parte integrante della normativa interna che ogni Destinatario è tenuto a rispettare, anche sulla base del proprio contratto di lavoro o collaborazione.

In caso di violazioni del Codice e della normativa interna, possono essere previsti interventi sulla remunerazione variabile e provvedimenti disciplinari proporzionati a gravità, entità (compresa l'eventuale reiterazione) e rilevanza esterna dell'infrazione, fino al licenziamento.

Condotte contrarie alla normativa esterna saranno inoltre segnalate alle competenti Autorità.

**Per saperne di più:** Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01), Codice Etico del Gruppo Mediobanca, Codice Disciplinare aziendale, Politica di Gestione delle Risorse Umane, Politica Whistleblowing (sistemi di segnalazione interna), Direttiva su pari trattamento, bullismo e molestie, Direttiva sulla gestione delle frodi, Direttiva sui compliance breach, Direttiva sui rapporti con la pubblica amministrazione.

## 2 I valori cardine del Gruppo

Il Gruppo promuove una cultura etica basata sui valori di correttezza, professionalità, tutela del cliente e responsabilità. Aderire a questi valori significa onorare la fiducia riposta nel Gruppo per preservarne l'eccellenza.

Il rispetto dei valori ispiratori della cultura aziendale ha consentito al Gruppo di sviluppare una reputazione unica in Italia e riconosciuta anche a livello internazionale.

<p><b>CORRETTEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Agire nel rispetto della lettera e dello spirito della normativa esterna e interna.</li><li>✓ Non compromettere integrità e onestà per raggiungere un risultato economico.</li><li>✓ Mantenere con tutti gli interlocutori rapporti basati su lealtà e onestà.</li></ul>	<p><b>PROFESSIONALITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Migliorare continuamente le proprie competenze professionali.</li><li>✓ Favorire lo sviluppo di un ambiente di lavoro aperto e stimolante, che valorizzi i talenti.</li></ul>
<p><b>TUTELA DEL CLIENTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Offrire un servizio di eccellenza ai clienti, anticipando le tendenze del mercato.</li><li>✓ Svolgere la propria attività considerando in primo luogo il miglior interesse del cliente, guadagnando e mantenendo la sua fiducia.</li><li>✓ Assicurare la massima riservatezza alle informazioni confidenziali.</li></ul>	<p><b>RESPONSABILITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Considerare l'impatto economico, sociale e ambientale delle proprie decisioni.</li><li>✓ Tutelare e migliorare costantemente la reputazione del Gruppo.</li></ul>

### Correttezza

Correttezza significa fare sempre la cosa giusta e non accettare compromessi per ottenere un beneficio economico.

Il Codice di Condotta fornisce indicazioni su molti aspetti critici dell'attività lavorativa, ma non intende essere una guida esaustiva di tutti gli obblighi che si applicano al Gruppo. Fornisce invece i valori cardine e i principi fondamentali della cultura di compliance del Gruppo. Pertanto, quando i Destinatari incontrano una situazione non disciplinata espressamente dal Codice di Condotta e dalla normativa interna, devono porsi queste 5 domande per determinare il comportamento corretto:

- È conforme alla normativa esterna e interna?
- È conforme ai principi espressi nel Codice Etico?
- Sono certo che non possa essere percepita come inappropriata o non professionale?

- Sono pronto ad assumermi la responsabilità delle conseguenze della mia condotta?
- Sono certo che non possa in alcun modo provocare danno, anche reputazionale, alla Società o ai suoi stakeholder?

Se la risposta a ciascuna domanda è positiva, il comportamento può essere tenuto. Diversamente, se anche una sola risposta è negativa, il comportamento potrebbe violare il Codice di Condotta.

In caso di dubbi, i Destinatari possono contattare la Funzione Compliance per ricevere supporto.

### **Professionalità**

Professionalità significa migliorare continuamente le proprie competenze professionali. Per fare questo, i Destinatari devono comprendere e rispettare la normativa interna applicabile alle loro mansioni, completare tempestivamente le iniziative di formazione programmate dalla Società e assicurarsi di rispettare i requisiti e le certificazioni richieste dalla normativa esterna in relazione al ruolo ricoperto.

La professionalità si sviluppa anche grazie a un contesto lavorativo stimolante, che valorizza le capacità individuali, ispirato alla reciproca fiducia collaborazione, basato sul rispetto della personalità e della dignità di ciascuno. Per questo, i Destinatari devono promuovere un ambiente di lavoro aperto al confronto e alla diversità, libero da ogni tipo di discriminazione e ritorsione.

### **Tutela del cliente**

Il Gruppo pone il cliente al primo posto, perciò i Destinatari devono sempre assicurarsi che i clienti prendano decisioni libere, consapevoli e informate e che i servizi e prodotti offerti soddisfino le loro esigenze.

I Destinatari devono prevenire o gestire, tutelando al meglio l'interesse dei clienti, i potenziali conflitti di interesse, anche apparenti, che potrebbero nascere in relazione alla loro attività lavorativa o personale.

I Destinatari devono trattare con riservatezza le informazioni della clientela, garantendo la loro integrità e prevenendone la distruzione o la divulgazione.

### **Responsabilità**

Il Gruppo rispetta le culture presenti negli Stati in cui opera e intende contribuire, grazie all'attività imprenditoriale svolta, al loro sviluppo economico e sociale.

Aderendo ai principi del Global Compact e di Responsible Banking promosso dalle Nazioni Unite, il Gruppo condivide, sostiene e applica principi fondamentali in tema di sviluppo sostenibile, diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione e all'evasione fiscale, con l'obiettivo di creare un quadro economico, sociale e ambientale che promuova un'economia sana e sostenibile. Sostenendo iniziative di volontariato, prestiamo un servizio alle nostre comunità e incoraggiamo i Destinatari, supportandoli nel loro impegno. Nell'ambito del rispetto dei principi del Global Compact, il Gruppo invita a porre particolare attenzione alle tematiche di diversità e inclusione, allo scopo di valorizzare ogni individualità in un'ottica di crescita sostenibile di lungo periodo.

I Destinatari devono dunque essere consapevoli dei rischi che possono derivare dai loro comportamenti, anche nel lungo termine, e saperli gestire adeguatamente. Questi rischi potrebbero anche essere sociali o ambientali, oppure reputazionali e derivare anche da attività personali.

### 3 Tutela del miglior interesse del cliente

La società guadagna la fiducia dei clienti puntando alla tutela del loro miglior interesse nel lungo periodo e cercando di anticipare le loro esigenze con un'offerta di prodotti e servizi eccellenti.

Tutti i rapporti con la clientela sono condotti seguendo i principi generali di diligenza, correttezza e professionalità.

La trasparenza è al centro dei rapporti che MBFACTA intrattiene con i propri clienti. I Destinatari devono prestare sempre la massima attenzione agli interessi dei clienti, dimostrando la dovuta diligenza e la necessaria professionalità, rispettando comunque tutta la normativa interna ed esterna applicabile.

#### *Marketing e comunicazioni ai clienti*

I Destinatari devono fornire ai potenziali clienti informazioni chiare, corrette ed esaustive sui prodotti e i servizi offerti, in modo che il cliente possa assumere decisioni informate e consapevoli. Pertanto, i Destinatari devono conoscere approfonditamente i prodotti e i servizi che possono essere offerti.

Le informazioni, da rendere con un linguaggio chiaro e un anticipo congruo rispetto alla conclusione del contratto, devono consentire al cliente di comprendere chiaramente le caratteristiche del prodotto/servizio, il rischio, il prezzo e le sue componenti e la performance attesa.

I Destinatari non devono fornire informazioni non corrispondenti al vero o in grado di ingannare i potenziali clienti sulle caratteristiche del prodotto/servizio.

Le frodi e i tentativi a danno di clienti o di terzi devono essere prontamente segnalati dai Destinatari al rispettivo responsabile, che coinvolgerà la Funzione Audit di Gruppo per gli opportuni approfondimenti.

D. Posso fornire al cliente (o potenziale cliente) tutte le informazioni sui prodotti e i servizi, senza consegnare alcun documento appositamente predisposto dalla Società, oppure fornire le informazioni solo dopo un'eventuale operazione effettuata dal cliente?

R. No, poiché le informazioni su prodotti e servizi devono essere fornite al cliente con congruo anticipo e usando i documenti precontrattuali predisposti dalla Società, per consentirgli di prendere una decisione consapevole e informata. I contenuti della documentazione fornita su supporto durevole sono rappresentati al cliente anche con una spiegazione chiara e dettagliata fornita dal Destinatario.

#### *Ideazione di prodotti*

In sede di creazione di un prodotto, i Destinatari devono definire, sulla base delle sue caratteristiche, il segmento di clientela cui il prodotto può essere offerto o raccomandato (cd. mercato di riferimento) e una coerente strategia di distribuzione.

Il mercato di riferimento è definito tenendo conto degli interessi, degli obiettivi, delle caratteristiche e del grado di capacità e di alfabetizzazione finanziaria dei clienti.

La documentazione di riferimento di ciascun prodotto deve contenere informazioni

chiare ed esaustive su caratteristiche, meccanismi di formazione del prezzo e rischi, inclusi i potenziali conflitti di interesse.

I prodotti ideati devono essere sottoposti a monitoraggio, assicurando che continuino a soddisfare gli interessi del mercato di riferimento e adottando eventuali interventi per evitare danni ai clienti.

### **Vendita e distribuzione di prodotti/servizi**

I Destinatari devono conoscere approfonditamente le caratteristiche dei clienti e gli obiettivi, di breve e lungo termine, da essi perseguiti, per poter offrire sempre i servizi e i prodotti migliori per soddisfarli. I Destinatari devono inoltre rispettare il mercato di riferimento e la strategia di distribuzione definiti in sede di ideazione.

In nessun caso i Destinatari possono offrire prodotti o servizi che non siano adeguati ai propri clienti.

Le informazioni contenute nella documentazione di riferimento devono essere consegnate con un congruo anticipo rispetto alla firma del contratto, in modo che il cliente possa prendere una decisione informata e consapevole, comparando diverse alternative.

I Destinatari devono sottoporre i prodotti distribuiti a monitoraggio, assicurando che continuino a soddisfare gli interessi del mercato di riferimento e adottando eventuali interventi per evitare danni ai clienti.

### **Ideatori o distributori terzi**

Quando nel processo di ideazione e distribuzione è coinvolto anche un terzo soggetto (che struttura il prodotto distribuito da MBFACTA o distribuisce il prodotto ideato dalla Società), i Destinatari devono verificare la sua reputazione, esperienza e procedure interne prima di concludere qualsiasi accordo commerciale.

Gli accordi devono prevedere un flusso informativo tra il terzo e la Società e prevedere in capo a ciascuno il rispetto degli obblighi derivanti dalla propria attività di ideatore o distributore.

### **Usura**

La tutela del miglior interesse del cliente non deve essere sacrificata per raggiungere un più elevato ritorno economico. La normativa, in particolare, fissa precisi limiti ai tassi di interesse che possono essere applicati ai finanziamenti a favore della clientela.

### **Richieste dei clienti e reclami**

Nel corso del rapporto, i Destinatari devono essere disponibili a rispondere con chiarezza e tempestività a eventuali richieste di chiarimenti o approfondimenti da parte dei clienti sui prodotti/servizi acquistati.

Qualora un cliente non sia soddisfatto del prodotto/servizio ed effettui un reclamo, anche informale, i Destinatari devono informare immediatamente le strutture competenti e attenersi alle eventuali istruzioni ricevute. I reclami saranno gestiti con professionalità, considerandoli un'opportunità di miglioramento e di accrescimento della fiducia e della soddisfazione dei clienti.

### **Prestazione transfrontaliera**

La prestazione di servizi a clienti residenti in uno Stato diverso da quello di stabilimento della Società potrebbe comportare anche l'applicazione della normativa dello Stato di residenza del cliente.

Prima di effettuare attività di promozione e prestazione di specifici servizi o strumenti, i Destinatari devono assicurarsi che la Società sia autorizzata a effettuare la propria attività anche nello Stato di residenza del cliente e agire in conformità alla legislazione dello Stato di riferimento.

**Per saperne di più** Politica sulla trasparenza nei rapporti con la clientela; Politica ESG di Gruppo, Direttiva rapporti con la pubblica amministrazione; Direttiva sulla gestione delle frodi; Procedure organizzative.

## 4 Protezione dei dati

Proteggere i dati che trattiamo, relativi a MBFACTA, ai Destinatari, ai clienti o alle controparti è un elemento critico per il successo della Società, in quanto la perdita, la diffusione o l'accesso non autorizzati possono comportare un danno economico o reputazionale rilevante.

Ogni volta che i Destinatari accedono a, memorizzano, trasferiscono, eliminano, o divulgano informazioni, devono prestare grande attenzione a proteggere tali dati da distruzione, perdita, modifica, accesso e divulgazione non autorizzati.

### *Sicurezza delle informazioni*

La maggior parte delle informazioni sono trattate con strumenti informatici, perciò è importante seguire alcuni principi per garantire la sicurezza dei dati trattati.

L'unico canale autorizzato al trattamento dei dati è costituito dal sistema informativo della Società (incluso l'indirizzo mail aziendale). I sistemi e i dispositivi aziendali possono essere usati solamente per finalità professionali, mentre i dispositivi personali non possono essere usati per trattare informazioni o dati ai fini lavorativi.

Tutte le comunicazioni effettuate attraverso i sistemi della Società devono rispettare i principi del Codice di Condotta. Essendo tutte le informazioni trasmesse attraverso i sistemi informatici di proprietà della Società, questa può – nei limiti previsti dalla normativa – registrare le comunicazioni e analizzare i dati trasmessi.

I destinatari devono conservare e impiegare le proprie credenziali di accesso ai sistemi secondo le modalità previste dalla normativa interna e bloccare i propri dispositivi aziendali (pc, smartphone) quando si allontanano temporaneamente da essi. Inoltre, devono seguire eventuali indicazioni fornite dalla Società per proteggere i dati da minacce esterne.

D. Posso utilizzare il mio indirizzo e-mail aziendale anche per finalità personali?

R. No, i sistemi informativi aziendali devono essere utilizzati esclusivamente per finalità lavorative. Tuttavia, è tollerato l'utilizzo di internet e dei servizi di posta accessibili via web per finalità personali, esclusivamente nella misura in cui questo non interferisca con il regolare svolgimento delle attività lavorative e siano comunque rispettati i principi del Codice di Condotta.

D. Vengo contattato da una persona che mi riferisce essere del Service Desk e mi chiede di fornirle informazioni personali o riservate, ad esempio le credenziali di accesso alla posta elettronica o a un applicativo aziendale. Posso comunicarle?

R. No. È vietato fornire le credenziali di accesso a chiunque, incluso il personale IT del Service Desk. Qualora venissero richieste, è necessario contattare il Service Desk tramite i canali ufficiali e gli uffici preposti nelle modalità di comunicazione previste dalla normativa interna.

### **Protezione delle informazioni riservate**

Le informazioni riservate comprendono tutto ciò che non è generalmente noto al pubblico su MBFACTA, i Destinatari stessi, i clienti e le altre controparti.

I Destinatari possono trattare informazioni riservate solo quando sono autorizzati dalla normativa o da un accordo contrattuale con il soggetto a cui le informazioni sono riferite.

I Destinatari devono salvaguardare la riservatezza delle informazioni confidenziali, dal momento in cui sono create o ricevute al momento in cui sono diventate pubbliche ovvero sono state distrutte, trattandole solo nell'ambito di canali autorizzati. In particolare, i Destinatari:

- possono trattare informazioni riservate solo per finalità connesse alla propria attività lavorativa e devono utilizzare la quantità di informazioni minima a raggiungere questa finalità;
- non devono trattare informazioni riservate quando vi sia il rischio di divulgazione involontaria a terzi (es. in luoghi pubblici);
- possono comunicare informazioni riservate solo quando richiesto dalla legge, da un'Autorità o da un contratto e a patto che chi le riceve abbia una legittima necessità di trattarle in ragione della sua attività professionale (es. altri colleghi o consulenti);
- devono preventivamente informare tutti i soggetti a conoscenza delle informazioni della loro natura riservata e delle implicazioni che ne derivano, richiedendo, se questi sono esterni alla Società, la firma di un accordo di riservatezza in linea con gli standard interni;
- devono adottare modalità di conservazione e distruzione ragionevolmente atte a escludere accessi non autorizzati (es. clean desk rule o impostazione di una password sui file).

Gli unici canali autorizzati per il trattamento sono quelli aziendali: i Destinatari non possono, pertanto, utilizzare indirizzi e-mail personali o servizi di archiviazione online per trattare informazioni riservate.

D. Posso inviare documenti di lavoro al mio indirizzo e-mail personale, nel caso in cui dovessi partecipare a conference call di lavoro durante le ferie?

R. No. Inviare informazioni riservate su account di posta personali è vietato, salvo casi eccezionali. Possono accedere da remoto a documenti di lavoro solo i Destinatari in possesso di dispositivi personali appositamente autorizzati.

D. Un cliente mi trasmette documenti riservati in formato digitale. Posso salvarli su una cartella di rete condivisa?

R. Sì, ma deve essere accessibile solo ai colleghi che seguono l'operazione.

I Destinatari devono informare la Funzione Compliance non appena sanno o hanno il ragionevole sospetto che un'informazione riservata sia stata utilizzata o trasmessa senza autorizzazione e devono attenersi alle eventuali istruzioni ricevute.

D. Mi sono state fornite per errore le credenziali di accesso a una cartella contenente informazioni riservate su un'operazione che non sto seguendo. Come mi devo comportare?

R. È necessario richiedere immediatamente a chi ha fornito le credenziali la revoca delle autorizzazioni e informare la Funzione Compliance.

D. Ho inviato per errore via mail un documento contenente informazioni riservate di un cliente a un altro cliente. Cosa devo fare?

R. Se possibile, è necessario richiamare il messaggio di posta. Altrimenti, si deve informare il destinatario della natura riservata delle informazioni e richiedere la loro immediata cancellazione. Deve essere comunque contattata immediatamente la Funzione Compliance, per eventuali ulteriori azioni specifiche.

### **Informazioni privilegiate**

La Società mantiene appositi elenchi contenenti i dati di tutti i soggetti che – in ragione della loro attività o funzione – hanno, o potrebbero avere, accesso a informazioni che riguardano direttamente o indirettamente Mediobanca, altri emittenti, oppure strumenti finanziari, e che sono:

- riservate, ma potrebbero diventare privilegiate (watchlist); oppure
- privilegiate, cioè informazioni precise e in grado, se rese pubbliche, di influenzare in modo sensibile il prezzo degli strumenti finanziari (registri insider).

È in capo al responsabile dell'operazione l'obbligo di aprire tempestivamente tali elenchi ed includervi appena possibile tutti i soggetti che hanno o possono avere accesso alle informazioni. Chiunque, in possesso di tali informazioni (quindi iscritto nella watchlist/registro insider) le comunichi ad altri sulla base del principio del need to know è tenuto ad informarli della natura dell'informazione e ad avvisare il responsabile dell'operazione perché iscriva tali soggetti nell'apposito elenco.

Pertanto, è richiesto ai Destinatari, che ricevono queste informazioni senza aver prima ricevuto la notifica di inclusione nel registro insider/watchlist, di contattare il responsabile dell'operazione per assicurarsi di essere iscritti.

I Destinatari inclusi in una watchlist o in un registro insider non possono, nell'interesse

proprio, della Società o di terzi:

- compiere operazioni sugli strumenti finanziari interessati;
- comunicare le informazioni ad altri, al di fuori del normale esercizio della propria attività lavorativa;
- indurre altri a compiere operazioni sugli strumenti finanziari interessati.

D. Posso effettuare operazioni per conto della Società su strumenti finanziari se sono in possesso di informazioni privilegiate apprese al di fuori della mia attività lavorativa?

R. No, poiché ciò costituirebbe un abuso di informazioni privilegiate.

D. Un collega che era stato inserito nel registro insider è stato trasferito in un altro ufficio. Poiché non è più previsto un suo coinvolgimento attivo sull'operazione, posso eliminarlo dal registro?

R. No, il registro deve contenere tutti i soggetti che sono in possesso di informazioni privilegiate. Pertanto, il collega deve rimanere all'interno del registro, indicando la data da cui non ha più accesso a informazioni privilegiate.

## Privacy

I Destinatari devono trattare dati personali di colleghi, clienti e controparti nel pieno rispetto dei principi fondamentali di liceità, correttezza e trasparenza.

In particolare, i dati personali sono:

- raccolti e trattati per finalità determinate, esplicite e legittime;
- mantenuti corretti e aggiornati;
- conservati per un tempo non superiore a quello richiesto per il raggiungimento delle finalità del trattamento;
- trattati in modo da garantire la loro sicurezza.

Per chiarimenti sulla normativa in tema di trattamento dei dati personali è possibile contattare il Responsabile per la protezione dei dati, scrivendo a [privacy@mediobanca.com](mailto:privacy@mediobanca.com).

D. Posso trattare i dati personali di un cliente per finalità ulteriori rispetto a quelle per cui sono stati raccolti?

R. No, i Destinatari possono trattare i dati personali dei clienti nei limiti di quanto previsto nell'informativa sul trattamento dei dati personali loro fornita.

**Per saperne di più:** Regolamento per la gestione di informazioni riservate e privilegiate; Politica in materia di protezione dei dati personali; Direttiva relativa alla gestione delle informazioni confidenziali e privilegiate; Direttiva di Gruppo classificazione e gestione delle informazioni, Direttiva di Gruppo utilizzo dei beni aziendali; Politica di Gruppo sulla sicurezza delle informazioni, Direttiva di Gruppo violazione dei dati personali - Data Breach; Procedure organizzative.

## 5 Gestione dei conflitti di interesse

MBFACTA identifica e previene o gestisce situazioni di conflitto di interessi che potrebbero danneggiare gli interessi di un cliente o della Società a vantaggio di un altro soggetto.

Non è accettabile privilegiare un cliente a discapito di un altro.

I Destinatari devono inserire nei sistemi della Società tutte le informazioni rilevanti sulle opportunità di business in cui sono coinvolti, per rendere possibile la tempestiva individuazione di potenziali conflitti di interesse. Qualora siano a conoscenza di una situazione di potenziale conflitto – anche di natura personale – i Destinatari devono segnalare immediatamente alla Funzione Compliance, attenendosi alle eventuali istruzioni ricevute.

In base alla rilevanza dei potenziali conflitti, la Società adotta misure di gestione standard e individua misure aggiuntive per situazioni specifiche. Sono inoltre previsti processi autorizzativi rafforzati o divieti nel perseguire le opportunità dove il rischio di conflitto è più significativo.

In particolare, la percezione di incentivi da terzi non deve indurre i Destinatari a collocare prodotti non adeguati alla conoscenza e al profilo del cliente.

D. Quali sono le fattispecie di conflitto rilevanti?

R. La normativa interna individua le fattispecie più tipiche di conflitto, sulla base dell'operatività della Società. Tuttavia, poiché non è possibile individuare tutti i possibili casi di conflitto, se i Destinatari ritengono di aver individuato un potenziale conflitto, devono informare immediatamente la Funzione Compliance.

### *Conflitti di interesse personali*

I Destinatari devono segnalare immediatamente eventuali conflitti con interessi personali al proprio responsabile e alla Funzione Compliance, per assicurare la corretta e tempestiva adozione di eventuali presidi di mitigazione.

Oltre a segnalare immediatamente tutti i potenziali conflitti di tipo personale, i Destinatari devono richiedere una specifica autorizzazione per l'acquisizione di interessi personali, quali partecipazioni in società non quotate e assunzione di incarichi in società esterne al Gruppo Mediobanca.

D. Cosa devo fare se una società di cui un mio caro amico è proprietario mi contatta per una possibile opportunità di business?

R. Poiché i rapporti di natura personale con potenziali clienti o controparti possono generare conflitti di interesse, occorre informare immediatamente il proprio responsabile e la Funzione Compliance, per l'individuazione delle eventuali azioni da intraprendere.

D. Sono membro del consiglio di amministrazione di una società e mi è stato proposto di assumere l'incarico di amministratore delegato. Devo richiedere una nuova autorizzazione?

R. Sì, poiché un nuovo processo autorizzativo è richiesto in tutti i casi in cui una modifica in un interesse personale già detenuto possa incrementare il rischio di potenziali conflitti di interesse o di impatti reputazionali sulla Società.

**Per saperne di più:** Politica in materia di gestione dei conflitti di interesse; Direttiva sugli interessi personali esterni; Regolamento delle operazioni con parti correlate e soggetti collegati; Procedure organizzative.

## 6 Contrasto alla corruzione

MBFACTA acquisisce e mantiene le proprie relazioni commerciali esclusivamente sulla base della propria eccellente offerta di servizi e delle specifiche esigenze del cliente, rifiutando qualsiasi condotta che sia o possa apparire volta a ottenere oppure a offrire vantaggi impropri.

I Destinatari sono tenuti a:

- non offrire o promettere – anche indirettamente – denaro o altre utilità per ottenere un vantaggio improprio o ingiusto;
- non accettare denaro o altre utilità per violare i propri doveri nei confronti della Società.

La nozione di altra utilità comprende qualsiasi bene che abbia un valore, inviti, liberalità, doni, spese di viaggio/vitto/alloggio, onorari, opportunità di lavoro, collaborazione o stage.

Sono anche vietati i pagamenti agevolativi (*facilitation payments*), effettuati per rendere più rapido il completamento di un processo amministrativo, senza influenzarne l'esito.

Il presidio dei rischi di corruzione è anche assicurato all'interno dei processi di adeguata verifica e selezione dei fornitori della Società. In particolare, per evitare il coinvolgimento indiretto in eventuali illeciti compiuti da terzi che operano a favore della Società, la selezione di segnalatori e agenti prevede l'analisi reputazionale di questi soggetti.

Infine, nella strutturazione e nello svolgimento di operazioni e in occasione della stipula di accordi commerciali, i Destinatari sono tenuti a valutare i potenziali rischi legali e reputazionali connessi alla corruzione, tenendo conto anche della reputazione e dello Stato di stabilimento di tutti i soggetti rilevanti.

D. Un mio cliente mi ha segnalato il nipote per un'opportunità di stage presso la Società. Cosa devo fare?

R. L'offerta di un'opportunità di stage, anche non remunerata, rientra nella nozione di regalo e di "altra utilità", pertanto è necessario informare la Direzione Group HR di tale connessione e astenersi in qualunque caso dall'esercitare influenze improprie sul processo di selezione.

## Regali

Lo scambio di regali in particolari ricorrenze è una pratica comune, che può rafforzare o fornire un valore aggiunto alle relazioni commerciali.

Devono essere tuttavia evitati regali che – per le loro caratteristiche o modalità – possano apparire come effettuati per influenzare in maniera impropria l'indipendenza di giudizio e di condotta delle parti coinvolte, esponendo la Società al rischio di violazione della normativa applicabile in tema di corruzione.

Specifici processi autorizzativi interni sono previsti con riferimento ai regali che superino determinate soglie di valore o che potrebbero presentare profili di conformità a seguito di test di autovalutazione.

Particolare attenzione deve essere posta in particolare per i regali della Pubblica Amministrazione.

D. Decido di fare personalmente un regalo ad un cliente, si applica comunque la normativa interna?

R. Sì, se il regalo è connesso con il rapporto tra il Destinatario e il suo cliente, vi sono gli stessi rischi di "corruzione".

D. Un cliente che ho assistito in passato in una operazione mi fa recapitare ad agosto una bottiglia di vino di importo indicativo di 50 euro. Posso accettarla o sono richieste autorizzazioni?

R. Se effettuando il test di autovalutazione emerge che: i) la controparte non è una Pubblica Amministrazione, ii) il regalo non è ricevuto nell'ambito di una trattativa in corso e iii) non sono stati ricevuti negli ultimi 12 mesi altri 2 regali dalla stessa controparte, allora il regalo può essere accettato senza autorizzazioni.

**Per saperne di più:** Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01); Politica di Gruppo sulla sostenibilità; Direttiva per il contrasto alla corruzione; Direttiva sui regali; Direttiva sui rapporti con la pubblica amministrazione

## 7 Contrasto al riciclaggio e al finanziamento del terrorismo

MBFACTA contribuisce a tutelare il sistema economico e finanziari, adottando procedure e controlli per evitare che i prodotti o i servizi offerti siano impropriamente utilizzati per favorire i fenomeni di riciclaggio e di finanziamento al terrorismo.

A tutti i Destinatari è vietato partecipare a o facilitare in qualsiasi modo condotte di riciclaggio o finanziamento del terrorismo, che potrebbero comportare l'applicazione di sanzioni amministrative o penali nei confronti dei singoli Destinatari e della Società, oltre a ricadute sul profilo reputazionale.

Pertanto, i Destinatari – prima di avviare qualsiasi relazione commerciale o eseguire qualsiasi operazione – devono identificare i propri clienti e il relativo titolare effettivo (chi possiede o esercita il controllo sul cliente stesso) e raccogliere le informazioni definite dalle procedure interne per attribuire un profilo di rischio che orienti l'intensità e le profondità dell'attività di adeguata verifica prevista dalla normativa esterna e interna.

Particolare attenzione deve essere posta all'avvio e alla gestione della relazione commerciale con soggetti legati a giurisdizioni ad alto rischio, specialmente se destinatari di misure restrittive a livello nazionale o internazionale. Queste normative, infatti, prevedono specifiche limitazioni all'operatività, che i Destinatari devono approfondire con la Funzione Group AML per valutare la conformità dell'operatività che si intenderebbe avviare.

I Destinatari devono infine monitorare, secondo un approccio basato sul rischio, l'operatività dei propri clienti e informare tempestivamente la Funzione Group AML quando sanno, sospettano o hanno motivi ragionevoli per sospettare che siano in corso o che siano state compiute o tentate operazioni di riciclaggio o di finanziamento del terrorismo, per valutare se effettuare una segnalazione alle autorità.

D. Se individuo un'operazione potenzialmente sospetta dopo che è stata effettuata, sono comunque tenuto a segnalarela?

R. Sì, poiché la natura sospetta di una transazione potrebbe essere evidente solo dopo il suo compimento, anche nel quadro di comportamenti successivamente tenuti dal cliente. Pertanto, ciascun Destinatario è tenuto a segnalare qualsiasi operatività potenzialmente sospetta non appena ne abbia conoscenza.

D. Posso eseguire un'operazione se sono a conoscenza che il cliente opera in realtà a beneficio di un soggetto destinatario di misure di congelamento in attuazione di sanzioni internazionali?

R. No, è vietato mettere a disposizione fondi a favore di soggetti destinatari di misure di congelamento. Pertanto, ciascun Destinatario è tenuto a segnalare tali operazioni non appena ne abbia conoscenza.

D. Posso partecipare a progetti od operazioni che coinvolgono, direttamente o indirettamente e a qualsiasi titolo, Paesi soggetti a misure restrittive?

R. No, poiché tale attività può costituire una violazione della normativa applicabile in tema di sanzioni finanziarie e commerciali. Pertanto, ciascun Destinatario è tenuto ad informare immediatamente la Funzione Group AML per una consultazione e valutazione.

**Per saperne di più:** Politica di gestione del rischio riciclaggio e finanziamento al terrorismo; Manuale Antiriciclaggio; Procedure organizzative.

## 8 Contrasto all'evasione fiscale

La Società adotta un approccio "tolleranza zero" verso qualsiasi condotta tesa a realizzare l'evasione fiscale. La Società contrasta altresì le condotte di facilitazione della evasione fiscale che dovessero essere poste in essere da dipendenti, collaboratori, fornitori e, in ogni caso, da qualsiasi soggetto che operi per conto di Mediobanca.

I Destinatari sono tenuti a:

- non assistere consapevolmente clienti o controparti della Società che intendono porre in essere condotte di evasione fiscale in qualsiasi Stato;
- non ignorare condotte dei clienti o controparti della Società chiaramente volte a realizzare illeciti risparmi di imposta in qualsiasi Stato.

La nozione di evasione fiscale comprende qualsiasi condotta volta a ottenere un risparmio illecito di imposta, essendo consapevolmente coinvolti nella, o avendo posto in essere comportamenti finalizzati alla, evasione fraudolenta delle tasse.

La nozione di facilitazione dell'evasione fiscale comprende qualsiasi comportamento volto ad agevolare consapevolmente la commissione di evasione fiscale e si applica a qualsiasi soggetto quando opera per conto di MMBFACTA, inclusi dipendenti, collaboratori e fornitori.

Il presidio dei rischi di evasione fiscale e della sua facilitazione è assicurato, tra l'altro, con l'adeguata verifica e selezione dei fornitori, segnalatori ed agenti e con la valutazione dei potenziali rischi legali e reputazionali connessi alla evasione fiscale nell'ambito della strutturazione e svolgimento di operazioni.

D. Un mio cliente mi ha chiesto di assisterlo nella strutturazione di una operazione che a mio giudizio appare finalizzata anche a ottenere un illecito risparmio di imposta. Cosa devo fare?

R. Occorre coinvolgere immediatamente la Funzione Compliance. Ignorare condotte di clienti finalizzate all'evasione fiscale o agevolarle consapevolmente può comportare responsabilità civili e penali.

**Per saperne di più:** Politica di gestione del rischio riciclaggio e finanziamento del terrorismo; Politica di gestione del rischio di non conformità; Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01); Procedure organizzative.

## 9 Gestione del rischio reputazionale

L'eccellente reputazione di MBFACTA, basata sul rispetto dei suoi valori cardine, è un bene estremamente prezioso, da difendere in quanto un eventuale danno potrebbe avere conseguenze durature e difficili da rimediare.

I Destinatari devono sempre considerare l'impatto del loro comportamento sulla reputazione della Società, anche sulla base dei rischi connessi a clienti, controparti e operazioni specifiche.

### *Rapporti con i clienti*

L'associazione del nome di MBFACTA con potenziali clienti o controparti implicati in attività illecite o non trasparenti può avere significative ricadute reputazionali sulla Società.

Pertanto, i Destinatari non devono entrare in relazione con soggetti che – sulla base di dati pubblicamente disponibili o di informazioni note in ragione della loro attività lavorativa – risultano non allineati al profilo reputazionale della Società.

Nel corso del rapporto, i Destinatari sono inoltre tenuti a comunicare prontamente alle funzioni Compliance e Group AML tutte le informazioni aggiornate sul cliente che potrebbero avere un impatto reputazionale sulla Società.

D. Un ex-cliente della Società vorrebbe riattivare i rapporti. Devo comunque segnalare gli articoli di stampa relativi a un suo potenziale coinvolgimento in attività illecite, anche se ha già avuto per molti anni rapporti con la Società?

R. Sì, tutte le eventuali criticità reputazionali devono essere segnalate ogni volta in cui un soggetto vuole aprire dei rapporti, anche se in passato è stato già cliente.

### *Newspaper Rule*

I Destinatari devono prestare massima attenzione alle espressioni contenute nelle comunicazioni e i documenti, anche interni, da loro redatti, immaginando l'effetto che le loro dichiarazioni potrebbero avere sulla reputazione della Società se pubblicate sulla prima pagina di un importante giornale ("newspaper rule"). Trascuratezza e imprecisione nelle espressioni, infatti, potrebbero rendere apparentemente impropria anche un'attività pienamente legittima.

D. La newspaper rule si applica anche alle email che invio ai colleghi nell'ambito della mia attività lavorativa?

R. Sì, anche le mail scambiate internamente potrebbero essere strumentalizzate se rese pubbliche.

### **Attività personali**

I Destinatari devono evitare tutti i comportamenti che potrebbero mettere in discussione la loro integrità e onestà, anche al di fuori dell'attività lavorativa, poiché possono avere un impatto sulla reputazione della Società. Clienti, controparti e il pubblico possono percepire, infatti, i Destinatari come rappresentanti della Società anche quando essi non stanno svolgendo la loro attività lavorativa.

Anche l'uso personale dei social network deve avvenire nel rispetto dei principi del Codice di Condotta, tenendo presente che la modifica o la cancellazione dei contenuti pubblicati può incontrare difficoltà tecniche.

### **Segnalazione di eventi rilevanti**

I Destinatari devono dare immediata informativa interna qualora siano a conoscenza di o siano coinvolti in un evento che possa comportare un rischio reputazionale per la Società e attenersi alle eventuali istruzioni ricevute. La notifica è richiesta, in particolare, se un Destinatario, con riferimento all'attività svolta a favore della Società:

- è coinvolto in un procedimento giudiziario o sanzionatorio penale;
- è coinvolto in un'indagine, ispezione o richiesta dell'autorità con riferimento all'attività svolta a favore della Società;
- riceve un reclamo da parte di un cliente o di una terza parte.

**Per saperne di più:** Direttiva di Gruppo in materia di rapporti con i media, speaking policy, brand communication e canali social; Procedure operative.

## 10 Uso dei beni aziendali

I beni aziendali sono le risorse utilizzate dalla Società per lo svolgimento della propria attività e la loro protezione consente di preservare il vantaggio competitivo di MBFACTA sul mercato. Pertanto il loro utilizzo deve essere ispirato a principi di integrità, correttezza e responsabilità.

I Destinatari devono utilizzare i beni aziendali solo per la propria attività professionale, impedendone l'uso fraudolento o improprio o il danneggiamento, in una prospettiva di contenimento dei costi e riduzione dell'impatto ambientale.

Le frodi e i tentativi a danno della Società devono essere prontamente segnalati dai Destinatari al rispettivo responsabile, che coinvolgerà la Funzione Audit di Gruppo per gli opportuni approfondimenti.

### *Sicurezza dei locali aziendali*

Per prevenire danni derivanti da azioni colpose o dolose, anche di terzi, i Destinatari possono consentire l'accesso ai locali aziendali solo a terzi che siano stati identificati e accompagnati da un referente interno. All'interno dei locali aziendali, i Destinatari possono effettuare riprese audio, fotografie o video solo se espressamente autorizzati per finalità specifiche.

### *Tutela dell'ambiente*

MBFACTA, con l'obiettivo di garantire la compatibilità tra iniziativa economica ed esigenze ambientali, promuove il progetto MB Green, che comprende:

- il monitoraggio e la razionalizzazione dei consumi;
- il miglioramento della gestione energetica e dei rifiuti;
- la manutenzione degli immobili e degli impianti;
- una campagna di sensibilizzazione sull'uso responsabile delle risorse.

### *Trasferte e rimborso spese*

Nella consapevolezza che le trasferte possono risultare essenziali per il business, i Destinatari devono adoperarsi affinché la durata del viaggio e l'ammontare delle relative spese siano contenuti, senza compromettere l'efficacia della missione e fornendo sempre adeguati documenti giustificativi delle spese sostenute.

**Per saperne di più:** Politica di Gruppo sulla sicurezza delle informazioni; Politica di Gruppo sulla sostenibilità; Politica di gestione del rischio informatico; Direttiva di Gruppo utilizzo dei beni aziendali; Direttiva di Gruppo gestione dei dispositivi mobili aziendali, Direttiva di gruppo gestione della continuità operativa; Direttiva sulla gestione delle frodi; Direttiva di Gruppo gestione trasferte e rimborso spese; Procedure organizzative.

## 11 Comunicazione e poteri di rappresentanza

La Società assicura la comunicazione chiara e completa di tutte le informazioni finalizzate a consentire l'adozione di scelte consapevoli da parte delle controparti. Garantisce inoltre la trasparenza – al proprio interno e nei rapporti con i terzi – prevedendo la tracciabilità dei comportamenti.

### *Informativa al pubblico*

La Società diffonde con la massima tempestività i dati sulla situazione aziendale tramite canali istituzionali e ha individuato i soggetti autorizzati a fornire informazioni al pubblico e a mantenere i rapporti con i mezzi di comunicazione.

Pertanto, in assenza di specifica autorizzazione, i Destinatari non devono:

- ◆ rispondere a richieste dei media o prendere contatti con essi;
- ◆ fornire informazioni sulla Società o, comunque, connesse alla propria attività lavorativa tramite social network o altri siti internet aperti al pubblico.

### *Conservazione dei documenti di lavoro*

I Destinatari devono conservare tutta la documentazione rilevante in maniera ordinata, in modo da facilitare il pronto recupero delle informazioni, per i termini previsti dalla normativa esterna e interna applicabile (generalmente non meno di 5 anni).

### *Comunicazioni interne*

MBFACTA si impegna a informare tutti i Destinatari delle circostanze e degli eventi che possono avere un impatto sull'attività lavorativa, come mutamenti organizzativi o emanazione di nuova normativa interna. Queste comunicazioni sono da considerarsi informazioni riservate, a uso esclusivamente interno.

### *Poteri di rappresentanza*

Il potere di rappresentare la Società spetta al Presidente del Consiglio di Amministrazione, all'Amministratore Delegato e al personale al quale ne sia stata espressamente conferita la facoltà. Prima di firmare qualsiasi documento a nome della Società, i Destinatari devono accertarsi di averne i poteri e verificare l'eventuale necessità di ulteriori autorizzazioni.

**Per saperne di più:** Statuto, Regolamento di Gruppo, Direttiva di Gruppo in materia di rapporti con i media, speaking policy, brand communication e canali social, Direttiva di Gruppo per la tenuta di rapporti con gli azionisti e con il mercato; Delibera poteri; Procedure organizzative.

## 12 Gestione delle risorse umane

L'ambiente di lavoro di MBFACTA valorizza le capacità individuali, è ispirato alla reciproca fiducia e alla collaborazione ed è basato sul rispetto della personalità e della dignità di ciascuno.

Le capacità e la correttezza professionali dei dipendenti costituiscono il patrimonio fondamentale della Società e il presupposto per la sua efficienza e competitività.

### *Politica di gestione delle risorse umane*

MBFACTA valorizza il proprio personale su base meritocratica, ne sviluppa le capacità professionali secondo il principio delle pari opportunità e in coerenza con le proprie scelte strategiche, esigenze organizzative e produttive, tenendo conto dei bisogni formativi dei dipendenti.

Lo sviluppo professionale si realizza anche tramite una formazione adeguata, l'esperienza pratica di lavoro guidata dai responsabili, l'eventuale mobilità su diverse posizioni, la valutazione delle prestazioni, il processo di avanzamento di carriera e promozione.

La Società riconosce il ruolo strategico e la centralità dell'aggiornamento professionale, favorendo in maniera continua e permanente la formazione, con iniziative consone alle funzioni ricoperte e adeguate ai livelli di preparazione ed esperienza richiesti dalle responsabilità affidate.

La ricerca e la selezione del personale sono effettuate sulla base di criteri oggettivi di competenza e professionalità, tenuto conto delle specifiche esigenze organizzative, garantendo a tutti pari opportunità d'inserimento e di evoluzione professionale in base al merito.

Ai responsabili è richiesto di considerare la crescita dei propri collaboratori come una priorità e di creare un ambiente di lavoro inclusivo, che attragga e mantenga i collaboratori migliori e permetta al team di innovare, risolvere problemi e rendere al massimo.

### *Pari opportunità, discriminazione, molestie e mobbing*

Il rispetto reciproco è la base per la creazione di un clima di fiducia e per la collaborazione. Per questo, la Società non tollera qualsiasi forma di discriminazione o vessazione basata su età, genere, orientamento sessuale, stato civile, religione, colore della pelle, lingua, origini etniche o nazionali, caratteristiche genetiche, stato di salute, disabilità fisiche o mentali, stato di gravidanza, di maternità o paternità anche adottive, convinzioni personali, opinioni politiche, affiliazioni o attività sindacali, appartenenza a una minoranza nazionale, proprietà.

La diversità è un bene importante, che amplia gli orizzonti culturali e consente alla Società di offrire servizi migliori ai propri clienti. Per raggiungere l'eccellenza è necessario creare un ambiente inclusivo che accoglie e sostiene le differenze e incoraggia le diversità di veduta. I responsabili delle strutture e degli uffici hanno pertanto il dovere di favorire un clima di comunicazione aperta, fiducia e collaborazione tra le risorse.

La Società censura qualsiasi comportamento indesiderato, espresso in forma fisica, verbale o non verbale, avente lo scopo o l'effetto di violare la dignità e la libertà di un lavoratore e di creare un clima intimidatorio, ostile, degradante, umiliante od offensivo.

I Destinatari che subissero o assistessero a fenomeni di discriminazione, molestie o mobbing devono segnalare prontamente questi comportamenti a Group HR. Le

segnalazioni saranno gestite con riservatezza e senza ritorsioni o discriminazioni sui soggetti coinvolti.

D. Ho sentito un mio collega riferirsi a un altro collega con un termine razzista. Cosa devo fare?

R. La Società non tollera alcuna discriminazione, pertanto chiunque assista a una condotta discriminante o ritorsiva deve prontamente segnalare l'accaduto a Group HR.

### **Gestione delle lamentele interne**

La Società promuove un approccio di comunicazione aperta e invita i Destinatari a risolvere qualsiasi difficoltà riscontrata sul lavoro con il diretto interessato o il proprio diretto responsabile, attraverso una discussione informale. Qualora questo approccio non porti a una soluzione soddisfacente, è stato istituito un processo dedicato per le lamentele interne, che prevede il coinvolgimento di Group HR.

### **Salute e sicurezza sul lavoro**

MBFACTA, consapevole dell'importanza delle condizioni di salute e sicurezza, garantisce un ambiente di lavoro adeguato, mettendo in atto le necessarie azioni preventive e di monitoraggio per preservare salute e sicurezza dei Destinatari e dei terzi che frequentano gli uffici della Società. MBFACTA fornisce inoltre gli strumenti necessari per la cura e l'assistenza attraverso l'attuazione di checkup approfonditi e la promozione di una corretta informazione sulle malattie oncologiche.

I Destinatari rispettano scrupolosamente le misure di prevenzione e sicurezza poste in essere, partecipando inoltre ai momenti formativi e di comunicazione organizzati dalla Società sul tema.

### **Lasciare MBFACTA**

I Destinatari sono tenuti a rispettare alcuni obblighi e divieti anche dopo che la loro relazione professionale o lavorativa con MBFACTA è cessata.

In particolare, i Destinatari sono tenuti a:

- restituire tutti i beni aziendali di cui siano in possesso;
- mantenere – nei limiti previsti dalla normativa applicabile - la confidenzialità di tutte le informazioni riservate di cui si è in possesso;
- astenersi dall'operatività su strumenti finanziari se in possesso di informazioni privilegiate sugli emittenti;
- fornire collaborazione a qualsiasi controversia legale, richiesta o indagine proveniente dalle Autorità, relative alla propria attività lavorativa o professionale presso la Società.

**Per saperne di più:** Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01); Politica di gestione delle risorse umane; Politica di remunerazione e incentivazione del Gruppo; Regolamento per la gestione di informazioni riservate e privilegiate; Direttiva su pari trattamento, bullismo e molestie; Direttiva sulla gestione delle lamentele e dei reclami interni; Procedure organizzative.

## 13 Rapporti con i fornitori

MBFACTA si affida a fornitori che condividono i valori cardine e i principi della Società, sviluppando relazioni sinergiche improntate a correttezza, trasparenza e collaborazione.

### *Selezione e gestione dei fornitori*

I Destinatari non devono indirizzare in modo improprio il processo di selezione dei fornitori, basato su competenze professionali, solidità e sostenibilità economica/organizzativa e ricerca del miglior rapporto qualità/prezzo. I Destinatari devono mantenere riservati gli accordi con i fornitori e le relative condizioni economiche, senza sfruttare queste informazioni a beneficio personale.

I fornitori sono informati dell'esigenza che il loro comportamento sia conforme al Codice di Condotta. In caso di violazione, i Destinatari che intrattengono rapporti con il fornitore si impegnano ad attivare tutti gli strumenti contrattuali e di legge a disposizione della Società, che potrebbero comportare anche l'interruzione del rapporto.

D. Ho appreso dalla stampa che un importante fornitore della Società sarebbe coinvolto in un caso di riciclaggio. Devo fare qualcosa?

R. Dovresti segnalare immediatamente la circostanza a Group Expense Management, perché siano attivati gli approfondimenti necessari.

### *Tutela dei diritti di proprietà industriale e intellettuale*

I Destinatari devono rispettare la normativa esterna e gli accordi contrattuali con i fornitori in materia di diritti di proprietà industriale e intellettuale. In particolare, i Destinatari non devono:

- usare strumenti informatici privi di licenza d'uso;
- acquisire o favorire la circolazione di beni od opere in violazione della normativa a tutela della proprietà industriale e intellettuale.

**Per saperne di più:** Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01); Codice etico del Gruppo Mediobanca; Direttiva di Gruppo sulla gestione dei processi di acquisto; Procedure organizzative.