

Banco BPM Assicurazioni S.p.A.
CODICE ETICO

FEBBRAIO 2025

INDICE

1.	INTRODUZIONE	3
1.1	Obiettivi del Codice Etico	3
1.2	Ambito di applicazione	3
1.3	Efficacia.....	3
1.4	Attestazione di presa visione del Codice Etico	4
2.	PRINCIPI GENERALI.....	4
2.1	Legalità.....	4
2.2	Integrità.....	5
2.3	Trasparenza.....	5
2.4	Imparzialità	5
2.5	Cultura del controllo interno	5
3.	PRINCIPI SPECIFICI	6
3.1	Riservatezza	6
3.2	Correttezza	6
3.3	Conflitto d'interessi	6
3.4	Pagamenti impropri.....	7
3.5	Luogo di lavoro	7
3.6	Gestione degli aspetti e degli impatti ambientali	8
3.7	Gestione dei flussi finanziari.....	8
3.8	Registrazioni contabili	9
3.9	Principi etici nell'utilizzo dei beni strumentali	9
3.10	Utilizzo di risorse IT	10
3.11	Utilizzo di dati	10
3.12	Utilizzo di opere protette da diritti di proprietà intellettuale e segreti aziendali	10
4.1	Gestione dei rapporti con la concorrenza.....	11
4.2	Gestione della comunicazione esterna	12
4.3	Le risorse umane.....	12
4.4	Rapporti con i clienti	14
4.5	Rapporti con i fornitori e altre controparti contrattuali	15
5.	PRINCIPI ATTUATIVI DEL CODICE ETICO	16
5.1	Diffusione e comprensione	16
5.3	Segnalazione delle violazioni	17
5.4	Violazioni	17

1. INTRODUZIONE

1.1 Obiettivi del Codice Etico

Il presente codice etico (“**Codice Etico**” o “**Codice**”), adottato con delibera del Consiglio di Amministrazione, integra la carta etica e i principi di comportamento a cui si ispira il Gruppo Crédit Agricole nonché il quadro del sistema dei controlli interni di Banco BPM Assicurazioni S.p.A. e riassume l’insieme dei valori etici e delle norme di comportamento, già radicati nella cultura aziendale, sulla base dei quali la Società e le persone che a qualsiasi titolo operano per la stessa basano la propria attività e la propria condotta.

Il Codice Etico è uno strumento utile a promuovere la correttezza operativa ed il rispetto dell’integrità e dei valori etici, nonché a preservare il valore e l’integrità della Società nel tempo e a fornire un insieme di principi positivi e di regole che la Società ha scelto volontariamente di seguire come concreta espressione dei propri propositi.

Conoscere a fondo il Codice Etico è quindi un dovere per i destinatari dello stesso così come è un dovere applicarlo in ogni sua parte: le norme e i principi qui contenuti sono tutti, nessuno escluso, inderogabili. La reputazione e il successo della Società sono il frutto dell’attenzione – di tutti nel loro insieme e di ciascuno singolarmente – al rispetto dei principi etici qui rappresentati, allo scopo di conseguire successi duraturi anche in termini di sostenibilità e di contribuire positivamente al benessere e alla soddisfazione di tutti gli *stakeholder*.

1.2 Ambito di applicazione

Le disposizioni contenute nel Codice Etico si applicano a tutti i dipendenti e componenti degli organi sociali della Società, senza alcuna eccezione, nonché a tutti coloro che direttamente o indirettamente instaurano rapporti con la Società, stabilmente o anche solo temporaneamente o saltuariamente, ai collaboratori, ai lavoratori in distacco, ai consulenti, agli agenti, ai procuratori, agli *outsourcers*, agli intermediari e a chiunque operi in nome o per conto delle Società (i “**Destinatari**”).

1.3 Efficacia

Il presente Codice Etico entra in vigore dalla data di adozione con la delibera del Consiglio di Amministrazione della Società e ha scadenza illimitata, fatta salva ogni esigenza di revisione che possa emergere dalle attività di riesame periodico. Qualunque variazione e/o integrazione dovrà essere approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società.

Contestualmente all’adozione, il Consiglio di Amministrazione della Società indica i principi generali relativi alla diffusione del Codice Etico.

Il Codice è integrato da un sistema di normative interne assunte dalla Società.

1.4 Attestazione di presa visione del Codice Etico

Tutti i Destinatari sono tenuti a confermare di aver letto il Codice Etico e di aver compreso e convenuto di essere vincolati a rispettare le disposizioni ivi contenute. Questa conferma viene richiesta, per:

- gli esponenti aziendali, all'accettazione della carica;
- i dipendenti, all'atto dell'assunzione; e
- i consulenti, fornitori, *outsourcers* e soggetti terzi, contestualmente alla firma del relativo mandato o contratto.

L'accettazione è confermata al momento del rinnovo della carica o dell'incarico.

Ciascun Destinatario, a prescindere dalla posizione o dallo *status* ricoperti, è responsabile delle proprie azioni nel rispetto del presente Codice Etico, delle politiche della Società e delle normative applicabili vigenti.

2. PRINCIPI GENERALI

I principi e i valori indicati nel presente Codice Etico trovano concreta attuazione e declinazione in specifiche politiche e procedure aziendali – nonché nel Codice di Condotta (adottato a livello di Gruppo Crédit Agricole) e nel modello di organizzazione, gestione e controllo adottato ai sensi del D.Lgs. 231/2001 – e vengono richiamati nelle comunicazioni e nelle attività aziendali per ribadire un riferimento che deve essere comune e condiviso all'interno della Società.

2.1 Legalità

I Destinatari imperniano la propria condotta sul pieno rispetto del Codice Etico, delle politiche e procedure aziendali e della normativa applicabile vigente – sia essa di fonte nazionale o internazionale – nonché delle *best practice* vigenti, anche in relazione a tematiche che di volta in volta possono acquisire crescente rilievo (come i diritti umani, la sostenibilità, la transizione ecologica, l'intelligenza artificiale, ecc.) anche in ragione dell'evoluzione dell'esperienza e della sensibilità comune al riguardo.

I Destinatari si impegnano altresì a non riunirsi in alcuna forma con la finalità di violare i principi etici e di legge applicabili.

2.2 Integrità

I Destinatari tengono una condotta professionale e responsabile, assicurando che, sul posto di lavoro e dovunque siano chiamati a operare per la Società, il loro comportamento sia, oltre che lecito, caratterizzato da onestà, integrità morale, educazione, correttezza e buona fede.

Nell'ambito dei rapporti di lavoro e in particolare dei rapporti gerarchici, i superiori impostano il rapporto con i subordinati in modo collaborativo, corretto e trasparente evitando qualsiasi comportamento intimidatorio o di *mobbing*.

2.3 Trasparenza

La Società deve fornire informazioni trasparenti, complete, accurate, chiare e veritiere ai propri interlocutori, alla clientela, alle Autorità di Vigilanza e agli organi competenti. Pertanto, viene promossa la collaborazione tra il personale e gli interlocutori, al fine di garantire la massima esaustività e trasparenza delle informazioni diffuse.

2.4 Imparzialità

I Destinatari operano nel pieno rispetto delle caratteristiche personali di ognuno, incentivando e premiando l'integrità e il senso di responsabilità, rispettando le diversità e ripudiando ogni possibile forma di discriminazione o molestia in base a età, stato di salute, sesso, genere, religione, razza, nazionalità, etnia, origine, opinioni politiche e culturali, nonché condizione personale o sociale.

Inoltre, a presidio dell'imparzialità, la Società promuove la separazione dei compiti: a tal fine, sono previsti controlli proporzionati alla natura, portata e complessità dei rischi inerenti all'attività ed ai processi coinvolti, che contribuiscono a garantire l'attuazione del Codice Etico e delle politiche e procedure aziendali.

2.5 Cultura del controllo interno

La Società promuove un alto livello di integrità e una cultura del controllo interno, tali da sensibilizzare l'intero personale sull'importanza e l'utilità dei controlli interni a presidio dei rischi.

A tal fine, ogni risorsa è messa a conoscenza del proprio ruolo, delle proprie responsabilità e dei regolamenti e delle politiche adottate dalla Società, in modo da essere effettivamente impegnata nello svolgimento dei controlli, intesi quale parte integrante della propria attività.

È inoltre assicurata la formalizzazione e l'adeguata diffusione tra il personale del sistema delle deleghe e delle procedure che regolano l'attribuzione di compiti, i processi operativi, gli strumenti e le linee di riporto informativo, oltre alla promozione di iniziative formative e di

comunicazione volte a favorire l'effettiva adesione di tutto il personale ai principi di integrità morale ed ai valori etici cui si ispira la Società.

3. PRINCIPI SPECIFICI

3.1 Riservatezza

Le informazioni in possesso della Società, fatti salvi gli adempimenti di legge, non possono essere usate per scopi diversi da quelli istituzionali. Particolare attenzione va riservata ai dati e alle informazioni personali di dipendenti, clienti e collaboratori. L'utilizzo delle informazioni societarie aventi rilevanza esterna può essere effettuato solo dalle figure espressamente autorizzate.

Le politiche e le procedure di sicurezza includono ulteriori requisiti per salvaguardare le informazioni ed i sistemi informatici e garantire che le informazioni rispettino i principi di accuratezza, completezza, tempestività, coerenza, trasparenza e pertinenza. I Destinatari devono conoscere tali requisiti ed attenersi.

Qualsiasi informazione privilegiata o comunque riservata riguardante altra società o gli strumenti finanziari emessi dalla medesima non potrà in alcun modo essere diffusa, divulgata (né all'interno della Società né all'esterno) né tanto meno utilizzata per qualsiasi finalità che possa in alcun modo violare la normativa (anche regolamentare) in materia di abusi di mercato.

3.2 Correttezza

Tutti i Destinatari, nello svolgimento delle attività di propria competenza, devono osservare sistematicamente e rigorosamente i principi di onestà, integrità morale, equità e buona fede. Le informazioni dirette a terzi devono essere attendibili, tempestive, pertinenti ed essere comunicate in maniera chiara ed efficace.

Particolare attenzione al rispetto e all'applicazione del principio di correttezza sarà prestata nell'ambito della gestione, da parte della rete distributiva, dei rapporti con la clientela, anche nell'ambito della distribuzione di prodotti assicurativi.

3.3 Conflitto d'interessi

Una situazione di conflitto di interessi reale o potenziale si verifica nel momento in cui chi agisce per conto della Società è coinvolto in attività o relazioni personali in grado di condizionare la sua capacità di agire nell'interesse esclusivo della Società.

Una situazione di conflitto di interessi apparente avviene quando gli interessi o le attività personali di un dipendente ovvero di un componente di qualsiasi organo sociale potrebbero

indurre altri a dubitare della sua obiettività o imparzialità.

Come regola generale, i conflitti di interesse, reali, potenziali o apparenti, vanno evitati e, qualora ciò non sia possibile, gestiti in modo da non recare pregiudizio alla Società.

I Destinatari devono essere in grado di riconoscere i conflitti che potrebbero verificarsi nel corso dell'attività lavorativa e, in ogni caso, è fatto obbligo a chiunque di rivelare prontamente la presenza o il sopraggiungere di una qualsiasi forma di conflitto di interesse, reale, potenziale o apparente, e di adoperarsi di modo che la situazione di conflitto venga gestita efficacemente e risolta.

In caso di conflitto di interessi segnalato, ma non ancora risolto e/o gestito, i Destinatari si astengono dall'intraprendere qualsiasi azione. Ciò al fine di assicurare che le azioni dei Destinatari siano sempre assunte con piena obiettività di giudizio e non siano alterate da interessi personali (o di familiari, affini, ecc.).

3.4 Pagamenti impropri

Chiunque operi in nome e per conto della Società ha il divieto di offrire, fare o promettere pagamenti impropri ad alcuno, per alcuna ragione, in particolare a funzionari della Pubblica Amministrazione o a clienti (o potenziali tali) del settore privato, intermediari o fornitori.

I pagamenti impropri non si limitano a pagamenti in denaro o valuta. I pagamenti impropri possono includere qualunque bene, servizio o prestazione (viaggi, regali, nomina a consulente della Società, assunzioni, ecc.) che possa essere interpretato come un mezzo per influenzare la decisione della persona che agisce per conto del cliente, del fornitore o del terzo in genere.

I pagamenti impropri violano la politica e i valori della Società. È fatto inoltre assoluto divieto a tutti i dipendenti e componenti di qualsiasi organo sociale di ricevere alcuna forma di denaro, compenso, favore in qualsiasi forma eccettuati i doni di modico valore in occasioni di particolari situazioni familiari o personali (nascite di figli, matrimoni, ecc.) ovvero eventi lavorativi (pensionamento, promozioni, ecc.).

L'offerta di denaro al personale della Società o a dipendenti di clienti, fornitori o terzi costituisce un illecito perseguibile sia a livello legale sia disciplinare.

3.5 Luogo di lavoro

La Società rispetta tutte le normative e i regolamenti applicabili in materia di salute e sicurezza sul lavoro, garantendo protezione antinfortunistica e, in generale, l'integrità psico-fisica dei propri collaboratori, offre condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri, salubri e protetti, nel pieno rispetto della normativa vigente in tema di prevenzione degli infortuni sul lavoro e di protezione dei lavoratori.

Tutti i Destinatari contribuiscono al processo di prevenzione dei rischi e tutela della salute e sicurezza nei confronti di sé stessi, dei colleghi e dei terzi, fatte salve le responsabilità individuali ai sensi delle disposizioni di legge applicabili in materia.

Per tale motivi:

- tutti i Destinatari devono sistematicamente, puntualmente e scrupolosamente rispettare le disposizioni in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- tutti i Destinatari aventi funzioni di coordinamento di risorse umane o di controllo sui luoghi di lavoro devono far sistematicamente e puntualmente rispettare le disposizioni in materia di salute e sicurezza;
- tutti i Destinatari aventi funzioni di coordinamento o di relazione con fornitori, prestatori d'opera, consulenti e collaboratori esterni devono far sistematicamente e puntualmente rispettare le disposizioni in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Nell'ambito dell'attività aziendale sussiste il divieto assoluto di far uso di sostanze alcoliche o di stupefacenti ed il divieto di fumare nei luoghi di lavoro, in conformità alle norme di legge e comunque ove il fumo possa determinare pericolo per le strutture e per i beni aziendali o per la salute o l'incolumità dei colleghi e dei terzi.

3.6 Gestione degli aspetti e degli impatti ambientali

L'ambiente è un bene primario della comunità, che la Società vuole contribuire a salvaguardare. A tal fine essa programma le proprie attività ricercando un equilibrio tra iniziative economiche ed esigenze ambientali, nel rispetto delle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili, prestando la massima cooperazione alle Autorità preposte alla verifica sorveglianza e tutela dell'ambiente.

Tutti i Destinatari contribuiscono al processo di protezione dell'ambiente. In particolare, tutti i Destinatari devono sistematicamente, puntualmente e rigorosamente rispettare le prescrizioni normative in materia di ambiente, a iniziare dalla corretta suddivisione dei rifiuti, prestando la massima attenzione a evitare ogni scarico, emissione illecita di materiali nocivi o gestione di rifiuti speciali in violazione delle specifiche prescrizioni.

3.7 Gestione dei flussi finanziari

Tutto il personale con funzioni amministrative è tenuto ad assicurare il mantenimento della tracciabilità dei flussi finanziari in entrata e in uscita mediante la corretta applicazione delle

normative e delle procedure contabili.

Tutti coloro che svolgono la propria attività aziendale nell'ambito dell'area amministrativa sono tenuti ad operare, ai vari livelli di responsabilità, in modo da evitare o ridurre al minimo l'utilizzo dei contanti per le operazioni di incasso e di pagamento, nei limiti di quanto previsto dalla normativa interna e di legge.

3.8 Registrazioni contabili

Tutti gli operatori amministrativi sono tenuti alla tempestiva, fedele e corretta registrazione di ogni operazione di natura economica, finanziaria e patrimoniale nel rispetto dei principi contabili e della normativa vigente civilistica e fiscale, onde attuare la massima trasparenza contabile nei confronti di *stakeholders*, dei terzi (clienti, fornitori, creditori sociali in genere) e degli enti esterni (tra cui le Autorità di Vigilanza e gli enti pubblici in genere), nonché per evitare che vengano registrate poste false, fuorvianti o in alcun modo ingannevoli.

L'attività amministrativa e contabile deve essere attuata con l'utilizzo di aggiornati strumenti e procedure informatiche che ne ottimizzino l'efficienza, la correttezza, la completezza e la corrispondenza ai principi contabili, oltre a favorire i necessari controlli e verifiche sulla legittimità, coerenza e congruità dei processi di decisione, autorizzazione e svolgimento delle azioni ed operazioni aziendali.

Tutti gli operatori amministrativi, a tutti i livelli, devono prestare la massima collaborazione al riguardo, fornendo informazioni corrette e veritiere in merito alle attività, beni ed operazioni aziendali, nonché riscontrando puntualmente ed esaurientemente ogni ragionevole richiesta ricevuta dagli organi competenti (siano questi organi sociali ovvero organi appartenenti alla Pubblica Amministrazione).

3.9 Principi etici nell'utilizzo dei beni strumentali

Tutti i Destinatari devono utilizzare i beni strumentali in dotazione esclusivamente per le finalità del servizio a cui sono destinati e nello scrupoloso rispetto delle misure di sicurezza a essi associati.

Tutti i Destinatari devono custodire secondo principi di buona diligenza i beni strumentali in loro dotazione. Beni inadatti all'utilizzo previsto in quanto guasti, fuori manutenzione o comunque sprovvisti delle caratteristiche tecnico funzionali tali da garantirne un utilizzo sicuro devono essere identificati; se essi devono essere conservati per particolari ragioni di opportunità, tale conservazione deve essere tale da impedirne l'utilizzo.

3.10 Utilizzo di risorse IT

Il *personal computer*, il *laptop*, gli *smartphone*, i *software*, i sistemi di posta elettronica, i sistemi di comunicazione e i relativi programmi e/o applicazioni affidati al Dipendente o altro utilizzatore costituiscono strumenti di lavoro. Pertanto, tutti i Destinatari devono rispettare le apposite politiche di sicurezza per la gestione e l'utilizzo delle risorse di *Information Technology* loro assegnate.

Tali risorse possono essere utilizzate solo per fini aziendali (in relazione ovviamente alle mansioni assegnate) e non anche, se non nei limiti della ragionevolezza e salvo eventuali accordi scritti, per scopi personali.

3.11 Utilizzo di dati

La Società adotta un sistema di registrazione e di reportistica dei dati che consenta la tracciabilità dei dati stessi, la ricostruzione dell'attività svolta, l'individuazione dei relativi responsabili e l'agevole verifica delle informazioni registrate. I Destinatari devono rispettare le politiche adottate dalla Società a presidio dei predetti principi.

3.12 Utilizzo di opere protette da diritti di proprietà intellettuale e segreti aziendali

Tutti i Destinatari devono utilizzare le opere protette da diritti di proprietà intellettuale (libri, pubblicazioni, *software*, banche dati, ecc.) nel rispetto dei diritti di proprietà intellettuale e della tutela dei segreti aziendali.

La Società garantisce l'assoluta tutela dei diritti di proprietà industriale (marchi, brevetti, segni distintivi, disegni, modelli industriali, opere dell'ingegno, ecc.) propri e altrui.

È fatto divieto di duplicare, riprodurre, trasmettere o diffondere in pubblico un'opera dell'ingegno protetta dal diritto d'autore, anche a fini pubblicitari di *marketing*, senza aver ottenuto le dovute autorizzazioni e/o licenze e/o senza aver pagato i dovuti diritti.

Ciascun Destinatario è consapevole che i dati aziendali della Società fanno parte del patrimonio aziendale e come tale devono essere protetti e tutelati. La Società provvede a tale tutela con tutte le forme e metodologie che ritiene appropriate e opportune, ma richiede a tutti i Destinatari di provvedere a cooperare per questa finalità. In particolare, è fatto divieto diffondere in alcun modo a terzi (ad esempio, eventuali futuri datori di lavoro) qualunque dato aziendale che possa essere considerato di qualsiasi valore o utilità ovvero che debba essere mantenuto riservato per

qualsivoglia ragione o causa.

A tal proposito si segnala che i Destinatari che provengono da altre realtà aziendali debbono mantenere assolutamente riservati (e, pertanto, astenersi dal farne in alcun modo uso) tutte quelle informazioni e/o dati che appartengano al patrimonio altrui (tra cui quelli appresi e/o utilizzati nell'ambito delle passate esperienze lavorative o professionali) e che per loro natura non possano essere trasferiti a terzi ovvero il cui trasferimento a terzi (o il cui utilizzo presso differenti realtà aziendali) possa creare qualsiasi forma di danno.

4. RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDERS

4.1 Gestione dei rapporti con la concorrenza

La Società crede nella libera e leale concorrenza e uniforma le proprie azioni all'ottenimento di risultati competitivi che premiano la capacità, l'esperienza e l'efficienza, operando all'interno di un articolato mercato nazionale e facendo parte di un Gruppo che opera a livello internazionale.

Qualsiasi azione diretta ad alterare le condizioni di corretta concorrenza è contraria alla politica aziendale ed è vietata a ogni soggetto che per essa agisce.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse la Società può giustificare una condotta dei componenti degli organi sociali, dei dipendenti o dei collaboratori della Società che non sia rispettosa delle leggi vigenti e conforme alle regole del Codice Etico.

Chi opera, direttamente e/o indirettamente, in nome e/o nell'interesse e/o a vantaggio della Società deve attenersi in ogni momento a quanto sopra e, in particolare:

- non può usare nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con nomi o segni distintivi legittimamente usati da altri o imitare servilmente i prodotti di un concorrente o di altra compagnia in genere o compiere con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti, i servizi e con l'attività di un concorrente o di altra compagnia in genere;
- non può diffondere notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente o di altra compagnia in genere, idonei a determinarne il discredito;
- non può valersi, direttamente o indirettamente, di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui società o azienda;
- non può compiere atti di violenza o minaccia nei confronti di chiunque, particolarmente nei confronti di persone direttamente e/o indirettamente legate ad organizzazioni concorrenti o di altra società in genere;

- non può stipulare accordi, concludere intese o avviare attività coordinate con concorrenti effettivi o potenziali;
- non può stipulare accordi o contratti verticali con soggetti operanti a diversi livelli della catena di distribuzione, quali agenti, distributori o fornitori che abbiano la finalità o l'effetto di eliminare o ridurre la libera ed equa concorrenza, in violazione della normativa vigente.

4.2 Gestione della comunicazione esterna

Le informazioni dirette a terzi sono attendibili, tempestive, pertinenti e sono comunicate in maniera chiara ed efficace.

Tutti i contatti con gli organi di informazione, associazioni di categoria, società di ricerca, ecc., devono essere tenuti esclusivamente dai soggetti all'uopo specificamente autorizzati anche attraverso apposite disposizioni organizzative.

Le comunicazioni all'esterno della Società verso l'opinione pubblica sono improntate al rispetto del diritto all'informazione. In nessun caso è permesso di divulgare notizie o commenti non veritieri, fuorvianti, falsi o tendenziosi.

Tutti i Destinatari devono comunicare in forma documentale, radiotelevisiva, informatica o orale, con soggetti esterni, incluso il pubblico o la collettività territoriale, esclusivamente nel sistematico e rigoroso rispetto dei vincoli del mandato o dell'incarico loro assegnato (sia questo *ad hoc* ovvero per specifiche iniziative o connesso all'esercizio delle mansioni svolte).

Pubblicare informazioni sui *social network* equivale a comunicare con terzi: pertanto, anche in tale ambito trovano applicazione le regole che precedono. I Destinatari attivi sui *social network* sono chiamati ad assicurarsi che le attività personali poste in essere sui suddetti canali, oltre che svolte con il decoro e la dignità richiesta dal loro rapporto con la Società, non siano percepite come dichiarazioni ufficiali della Società o, comunque, siano ritenute riconducibili alla Società medesimo.

4.3 Le risorse umane

La Società considera le risorse umane un patrimonio strategico ed indispensabile per il conseguimento dei propri obiettivi.

La Società ritiene che il rispetto della dignità di ciascuna persona sia il fondamento per lo sviluppo di un ambiente di lavoro inclusivo e stimolante.

Per tale motivo, le modalità di reclutamento e di gestione del personale sono fondate su equità e

coerenza, allo scopo di prevenire favoritismi, abusi, molestie e discriminazioni di ogni tipo, garantendo processi di valutazione dei candidati fondati sulla meritocrazia e sull'equità.

Lo sviluppo di carriera delle persone tiene conto (a tutti i livelli) delle diversità e garantisce pari opportunità di crescita professionale, di accesso ai percorsi formativi e alle iniziative di aggiornamento e di attribuzione dei ruoli.

Per ogni dipendente il rispetto delle norme del Codice Etico è da considerarsi obbligazione contrattuale.

Per tutelare ed accrescere il patrimonio umano, la Società è impegnato:

- affinché tutti i locali di lavoro siano in condizioni idonee ed ideali per lo svolgimento delle attività lavorative, così come idonee e funzionali devono essere le attrezzature affidate ai dipendenti;
- a non assumere personale che possa far insorgere casi di conflitto di interessi;
- a offrire pari opportunità di sviluppo e crescita delle funzioni professionali in base a criteri di merito e competenza; la Società si impegna, in particolare, a evitare ogni discriminazione in base all'età, al genere, al sesso, allo stato di salute, alla nazionalità, all'etnia, all'origine della persona, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei propri interlocutori;
- a rimuovere le barriere fisiche che compromettono la possibilità o capacità lavorativa di ognuno dei Destinatari;
- a evitare, in quanto lesivi della dignità umana, comportamenti di discriminazione, umiliazione, violenza psicologica o isolamento nei confronti di collaboratori o colleghi, indipendentemente dalle ragioni che li determinano;
- a evitare, né tollerare le molestie sessuali né i comportamenti o discorsi a sfondo sessuale che possano turbare la sensibilità della persona;
- a garantire la *privacy* dei singoli dipendenti adottando politiche che specificano quali informazioni vengono richieste e le relative modalità di trattamento e conservazione. Tali politiche devono prevedere inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza consenso dell'interessato;
- a rispettare il diritto dei lavoratori a costituire rappresentanze, riconoscendo il ruolo delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative ed essendo disponibile al confronto sulle principali tematiche di reciproco interesse;

- a collegare i riconoscimenti economici, oltre che ai risultati quantitativi, anche all'osservanza delle leggi, dei regolamenti e delle norme del Codice Etico; a programmare e sviluppare la crescita professionale e una coscienza etica e della responsabilità sociale dell'impresa attraverso adeguata formazione in tal senso;
- a informare in maniera esauriente il dipendente appena assunto sulle caratteristiche delle mansioni e della funzione, su elementi normativi e retributivi e sul richiesto rispetto dei principi contenuti nel Codice Etico.

4.4 Rapporti con i clienti

I clienti della Società sono parte integrante del patrimonio aziendale. Per consolidare la loro fedeltà e la loro stima è indispensabile che ogni rapporto sia improntato a criteri di lealtà, disponibilità, trasparenza e professionalità. Il personale dipendente deve migliorare continuamente e con ogni mezzo la propria preparazione professionale per dare risposte confacenti alle esigenze dell'interlocutore, fornendo ogni assistenza utile a favorire scelte consapevoli e condivise, evitando ogni forma di forzatura.

Al fine di salvaguardare l'affidabilità e il prestigio aziendale, la Società deve:

- avere come obiettivo primario la piena soddisfazione dell'interlocutore destinatario della prestazione;
- creare un solido rapporto con l'interlocutore, ispirato alla correttezza e alla efficienza anche attraverso la rete distributiva e gli intermediari;
- mantenere un atteggiamento professionale, leale e collaborativo nei riguardi del cliente, che deve essere posto in condizioni di assumere decisioni consapevoli e informate; a tal proposito, tutta la documentazione a supporto del rapporto con la clientela ovvero quella alla medesima consegnata deve essere improntata ai massimi principi di chiarezza, trasparenza, completezza e correttezza al fine di permettere scelte meditate e consapevoli;
- utilizzare forme di comunicazione chiare e semplici, conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive, non completamente trasparenti o comunque scorrette, in modo da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della comprensione da parte del cliente;
- intrattenere rapporti con interlocutori che presentino requisiti di serietà e di affidabilità personale e commerciale;

- nell’offerta dei contratti di assicurazione e nella gestione del rapporto contrattuale, comportarsi con equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza nel miglior interesse dei contraenti e degli assicurati e in modo da non recare pregiudizio agli stessi;
- evitare di intrattenere relazioni d’affari con soggetti dei quali sia conosciuto o delle quali sia sospettato il coinvolgimento in attività illecite di qualsiasi natura, con particolare riguardo a quelle sospettate di favorire a qualsiasi titolo il terrorismo o che siano solo astrattamente collegate ad ambienti eversivi;
- rifiutare ogni forma di corruzione, “raccomandazione” o “condizionamento” sia interni che esterni; qualsiasi scelta aziendale deve infatti essere improntata alla completa trasparenza in tutte le fasi del processo decisionale e tesa esclusivamente al raggiungimento e al perseguimento nel modo migliore, più efficiente e lecito dell’oggetto sociale. La Società si è impegnata a recepire nel Codice Etico le linee guida di Crédit Agricole Assurances in tema di lotta alla corruzione;
- tenere un comportamento leale nei confronti dei propri *business partner* e dei soggetti con i quali si trova a competere sui mercati, ad esempio nel caso di gare e aste o di procedure per aggiudicazione di appalti o concessioni (anche di natura privata).

La Società ritiene che i propri prodotti e servizi debbano essere ampiamente accessibili. Pertanto, si impegna a:

- non discriminare i clienti in base a identità, sesso, genere, età, nazionalità, etnia, origine, credo religioso, orientamento affettivo-sessuale, stato civile e situazione familiare, appartenenza politica e sindacale, condizione socioeconomica, lingua, *background* culturale, condizioni fisiche e psichiche o qualsiasi altra caratteristica della persona anche legata alla manifestazione del pensiero;
- facilitare l’accesso ai servizi per le persone con disabilità;
- modulare l’offerta affinché tutte le fasce sociali possano trovare una risposta alle proprie esigenze;
- applicare una politica dei prezzi in linea con le caratteristiche e la qualità del servizio offerto.

4.5 Rapporti con i fornitori e altre controparti contrattuali

Il rapporto della Società con i fornitori e altre controparti contrattuali (compresi appaltatori ed eventuali subappaltatori, prestatori d’opera, consulenti e collaboratori esterni) si basa

sull'uniformità di trattamento.

La selezione dei fornitori e la formulazione delle condizioni di acquisto di beni e servizi sono dettate da valori e parametri di concorrenza, obiettività, correttezza, imparzialità, equità, prezzo, qualità del bene e del servizio reso, sostenibilità, garanzie di assistenza e, in ultimo, da un'accurata e precisa valutazione tecnico-economica dell'offerta. La qualità di prodotti e servizi va valutata tenendo conto dell'osservanza dei principi etici internazionali in tema di lavoro e diritti umani nonché considerando l'impatto ambientale determinato dai metodi di produzione e di fornitura utilizzati.

In nessun caso saranno ammesse, da parte dei fornitori, pressioni indebite, tali da minare la fiducia che il mercato ripone nei confronti della Società in merito alla trasparenza e al rigore nell'applicazione della legge e delle procedure aziendali.

A prescindere dalla rilevanza del *business*, tutti i fornitori della Società dovranno esibire o dimostrare idonea evidenza di conformità alla legislazione vigente per quanto di competenza, soprattutto in tema di diritto del lavoro, contribuzioni, sicurezza sul lavoro, ambiente e, qualora applicabile od opportuno, antiriciclaggio.

La Società vuole intrattenere rapporti d'affari solo con soggetti che esercitano attività lecite, finanziate con capitali di provenienza legittima. A tal fine effettua, per quanto possibile, un controllo preventivo attraverso la richiesta di apposite certificazioni e dichiarazioni antimafia e antiriciclaggio.

La Società presta particolare attenzione all'instaurazione e alla gestione dei rapporti contrattuali con fornitori o subcontraenti al fine di evitare il coinvolgimento (anche solo in termini di agevolazione) delle Società rispetto alla commissione da parte dei medesimi di reati o illeciti di qualunque tipo.

Nel caso in cui vi siano fondati sospetti sull'eticità e su comportamenti illeciti da parte di un fornitore o di un subcontraente, il soggetto della Società interessato dovrà prendere le opportune misure per risolvere il relativo rapporto contrattuale ovvero dovrà attivarsi perché il competente ufficio vi provveda.

5. PRINCIPI ATTUATIVI DEL CODICE ETICO

5.1 Diffusione e comprensione

La Società vuole che il Codice Etico sia pienamente efficace e che il rispetto dei suoi contenuti diventi prassi consolidata da parte di tutti i Destinatari.

A tal fine si impegna:

- a divulgare il Codice Etico con una tempestiva attività di comunicazione, che preveda differenti canali, così da poter essere adatta alle caratteristiche di tutti gli interlocutori;
- a pubblicare il Codice Etico sulla rete *intranet* aziendale, nella sezione appositamente dedicata, nonché su *internet* (affinché anche i Destinatari esterni possano prenderne visione, impegnandosi al rispetto dei principi ivi contenuti);
- a garantire la comprensione del Codice Etico e i necessari chiarimenti a tutti i Destinatari e in particolare a tutti i dipendenti e il personale, per cui il Codice Etico è da ritenersi elemento integrante del rapporto di lavoro;
- a monitorare periodicamente il livello di rispetto del Codice Etico.

Inoltre, per meglio comprendere le rispettive responsabilità riguardo alle disposizioni sopra richiamate, tutti i dipendenti della Società ricevono formazione in tema di Codice Etico ed osservanza delle norme.

5.3 Segnalazione delle violazioni

La Società incoraggia i Destinatari a segnalare i presunti casi di violazione dei principi comportamentali delineati nel Codice Etico di cui sono a conoscenza, ovvero di segnalare qualsiasi illecito o atteggiamento/situazione di potenziale criticità.

Le segnalazioni possono essere effettuate personalmente o in forma anonima, per iscritto o verbalmente nel rispetto della normativa interna (in particolare, della Procedura *Whistleblowing*) adottata dalla Società nel cui contesto lavorativo è avvenuta la violazione segnalata. Esse sono trattate con la massima riservatezza e nel rispetto della *privacy*, in conformità a quanto previsto dalla legge e dalle politiche interne.

La Società non tollera alcuna forma di ritorsione nei confronti di chi effettua una segnalazione in buona fede e dei soggetti collegati al segnalante.

5.4 Violazioni

Le violazioni del Codice Etico possono condurre all'applicazione di sanzioni disciplinari nei confronti di Destinatari titolari di rapporto di lavoro subordinato in conformità a quanto previsto dalla vigente normativa e della contrattualistica collettiva applicabile.

Nel caso di Destinatari non titolari di rapporto di lavoro subordinato, ma presenti in organi di gestione o di controllo della Società, il sistema sanzionatorio potrà – nei casi più gravi – prevedere la risoluzione del rapporto in essere.

Anche i soggetti terzi che operino a diverso titolo nel contesto lavorativo della Società saranno soggetti a provvedimenti sanzionatori per il caso di violazione dei principi di cui al presente

Le violazioni possono altresì determinare l'obbligo di risarcire l'eventuale danno arrecato, ferme restando le eventuali conseguenze in sede penale laddove costituiscano fatti penalmente rilevanti.