

 ESPANSIONE MARKETING S.P.A.	CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE	Rel.:	1.0
		Del:	30/05/2024

# ESPANSIONE MARKETING S.P.A.

## CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE

Approvato dal Consiglio di Amministrazione in data: 30.05.2024

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

## INDICE GENERALE

<b>CAPO I</b> .....	<b>3</b>
<b>PRINCIPI GENERALI</b> .....	<b>3</b>
Articolo 1 - PREMESSA.....	3
Articolo 2 - PRESENTAZIONE E MISSION DELLA SOCIETA' .....	3
Articolo 3 - IL CODICE ETICO .....	3
Articolo 4 - ATTUAZIONE DEL CODICE.....	4
<b>CAPO II</b> .....	<b>6</b>
<b>PRINCIPI VALORIALI</b> .....	<b>6</b>
Articolo 5 - I VALORI.....	6
<b>CAPO III</b> .....	<b>9</b>
<b>PRINCIPI COMPORTAMENTALI</b> .....	<b>9</b>
Articolo 6 - GOVERNANCE .....	9
Articolo 7 - POLITICA DEL PERSONALE .....	9
Articolo 8 - RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE .....	11
Articolo 9 - RELAZIONI ESTERNE .....	11
Articolo 10 - PRIVACY E TUTELA INFORMATICA .....	12
Articolo 11 - GESTIONE CONTABILE E CONTROLLI INTERNI.....	12
Articolo 12 - TUTELA DELLA SICUREZZA SUL LAVORO .....	15
Articolo 13 - TUTELA AMBIENTALE .....	15
Articolo 14 - LEGALITA' E PREVENZIONE DEI REATI .....	16
<b>CAPO IV</b> .....	<b>18</b>
<b>NORMA FINALE</b> .....	<b>18</b>
Articolo 15 - RINVIO .....	18

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

## CAPO I PRINCIPI GENERALI

### Articolo 1 - PREMESSA

Il Codice Etico e Comportamentale (nel seguito anche solo “Codice” o “Codice Etico”) è il documento predisposto da “Espansione Marketing S.p.A.” (di seguito anche la “Società”), al fine di definire con chiarezza e trasparenza l’insieme dei valori e dei principi etici che devono essere posti alla base dei comportamenti adottati da parte di tutti i soggetti che agiscono in nome e per conto della Società verso i suoi portatori di interesse o stakeholder.

Attraverso il presente Codice Etico, la Società individua i principi e le regole di comportamento cui riconosce un valore positivo in un percorso di sostenibilità, legalità, trasparenza, integrità e correttezza gestionale.

Il presente Codice Etico integra quanto prescritto nel “Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001” (nel seguito anche “Modello 231/01”), di cui costituisce parte sostanziale. Le regole di comportamento descritte sono da intendersi integrative e complementari rispetto ai Protocolli etico organizzativi e alle prescrizioni del Modello 231/01 e pertanto violazioni delle disposizioni in esso contenute rappresentano vere e proprie violazioni del Modello 231/01, con tutte le conseguenze da ciò derivanti in tema di applicabilità delle sanzioni disciplinari.

La Società riconosce l’importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e si impegna al rispetto dei legittimi interessi dei propri stakeholder e della collettività in cui opera. Contestualmente richiede a tutti i dipendenti della Società il rispetto delle regole aziendali e dei precetti stabiliti nel presente Codice.

### Articolo 2 - PRESENTAZIONE E MISSION DELLA SOCIETA’

Espansione Marketing S.p.A. ha per oggetto la produzione, il commercio e la rappresentanza di prodotti parafarmaceutici e farmaceutici, di presidi medico chirurgici attrezzature ospedaliere e per ambulatori medici e laboratori.

Espansione Marketing S.p.A. opera nella direzione del miglioramento continuo anche attraverso l’efficacia e l’efficienza dei processi aziendali, alcuni dei quali certificati secondo la Norma ISO 13485 in materia di gestione della qualità nel settore dei dispositivi medici.

### Articolo 3 - IL CODICE ETICO

Il Codice Etico di Espansione Marketing S.p.A. nasce dall’esigenza di concretizzare un insieme di norme di comportamento, basate sui valori fondamentali dell’etica e della moralità, che regolamentano in maniera univoca i rapporti con i propri portatori di interesse o stakeholder, anche nella logica della prevenzione dei reati previsti dal D. Lgs. 231/01. Infatti, Espansione Marketing S.p.A. tutela i propri asset ed i propri valori anche attraverso la prevenzione dei possibili reati in tale ambito.

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

### *Natura*

Il presente Codice Etico è un documento ufficiale di Espansione Marketing S.p.A. approvato dall'Organo Amministrativo, quale strumento di auto-normazione vincolante per coloro i quali operino in/per/con la Società.

### *Finalità e contenuti*

Il Codice ha lo scopo di definire e proclamare i valori di Espansione Marketing S.p.A., nonché di orientare i comportamentaziendali al rispetto della legalità e della *compliance*.

Dichiara i principi e i valori condivisi ed esprime gli impegni e le responsabilità etiche e di condotta che la Società assume ed attua nell'esercizio della sua attività a cui devono uniformarsi il personale, apicale e sottoposto, i collaboratori e chiunque agisca in nome e per conto della Società.

Quale componente essenziale del Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.lgs. 231/2001 (nel seguito anche "MOG" o "Modello"), il presente Codice concorre all'azione di prevenzione della commissione, anche indiretta, dei reati-presupposto di cui alla citata normativa, compiuti o tentati nell'interesse e/o a vantaggio della Società, da parte dei soggetti organici, operanti in posizione apicale o subordinata.

### *Destinatari*

Sono Destinatari del presente Codice:

- a) i Soci;
- b) i componenti degli Organi societari, nonché qualsiasi soggetto eserciti, anche in via di fatto, i poteri di rappresentanza, amministrazione e direzione;
- c) il personale, apicale e subordinato;
- d) i consulenti, i fornitori di beni e di servizi, gli outsourcers;
- e) la clientela.

Tutti i predetti soggetti, nel seguito sono collettivamente definiti "Destinatari". Le norme del Codice Etico si applicano senza eccezione alcuna a tutti i suoi "Destinatari". Tali soggetti sono tenuti pertanto a conoscere il contenuto del Codice Etico e a contribuire alla sua attuazione ed alla diffusione dei principi in esso sviluppati.

### *Obbligatorietà*

Tutti i destinatari sono obbligati ad osservarne e rispettarne i principi ed a conformarsi alle indicatoreregole di comportamento. Per i componenti degli Organi societari e per i dirigenti l'osservanza è, altresì, espressione della loro funzione di *leadership* aziendale.

Per il personale l'osservanza rientra tra le obbligazioni contrattuali ex art. 2104 cod. civ. La conoscenza e il rispetto delle prescrizioni del Codice etico rappresentano requisito indispensabile all'instaurazione ed al mantenimento di rapporti collaborativi e commerciali con i terzi.

Ogni violazione compromette il rapporto fiduciario e viene sanzionata, indipendentemente dall'eventuale rilevanza penale dei comportamenti assunti.

## **Articolo 4 - ATTUAZIONE DEL CODICE**

*Adozione, entrata in vigore ed implementazione*

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

Il Codice entra in vigore con la sua adozione o aggiornamento da parte dell'Organo Amministrativo. Una volta approvato, la Società si impegna a divulgare il Codice Etico presso i destinatari mediante le seguenti specifiche attività di comunicazione:

- la consegna a tutti i dipendenti di copia del Codice (anche in formato elettronico);
- la formale dichiarazione di vincolo del Codice sotto il profilo disciplinare per tutti i dipendenti mediante comunicazione interna e l'affissione dello stesso nelle bacheche aziendali;
- l'introduzione in tutti i contratti di una nota informativa relativa all'adozione del Codice;
- l'inserimento di clausole risolutive espresse nei contratti di fornitura o collaborazione che facciano esplicito riferimento al rispetto delle disposizioni del Codice;
- la pubblicazione sul sito istituzionale della Società.

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del Codice Etico, vengono predisposti e realizzati piani periodici di comunicazione volti a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche contenuti nel Codice.

#### *Interpretazione*

Eventuali conflitti interpretativi tra i principi e i contenuti della normativa interna e il Codice dovranno intendersi favorevolmente risolti a favore di quest'ultimo.

L'Organo Amministrativo e l'Organismo di Vigilanza (nel seguito "OdV") della Società curano la definizione di ogni problematica inerente agli aspetti interpretativi e applicativi di esso.

#### *Vigilanza, violazioni e sanzioni*

La funzione di vigilanza sull'osservanza del Codice Etico è rimessa all'Organismo di Vigilanza.

L'Organismo di Vigilanza rileva eventuali violazioni e all'esito dell'istruttoria, dà comunicazione all'Organo Amministrativo che, attraverso il soggetto esercente le funzioni di Datore di lavoro, può irrogare le congrue sanzioni previste dal sistema disciplinare all'autore della violazione.

Riguardo ai Lavoratori subordinati, l'azione disciplinare è esercitata nel rispetto degli artt. 2103, 2106, 2118 cod. civ., dell'art. 7 dello Statuto dei Lavoratori, L. n. 300/1970 c.s.m., nonché delle disposizioni dell'Accordo Economico Collettivo Nazionale di riferimento.

Costituisce illecito disciplinare ogni violazione delle regole previste dal presente Codice Etico secondo quanto previsto dal Sistema Disciplinare.

#### *Sistema di segnalazioni di violazioni (c.d. Whistleblowing)*

La Società ha istituito un sistema di segnalazione così come previsto dal D.Lgs. 24/2023 e declinato nel Modello Organizzativo Parte Generale e nel Sistema Disciplinare a cui si rinvia per il dettaglio.

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	Rel.:	1.0
		Del:	30/05/2024

## CAPO II PRINCIPI VALORIALI

### Articolo 5 - I VALORI

La Società è orientata a perseguire, oltre ai propri obiettivi imprenditoriali, finalità di beneficio comune ed operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di un'ampia platea di stakeholders. A tal fine è attenta a minimizzare gli impatti negativi e ad amplificare l'impatto positivo della propria attività sulle persone e sul territorio.

In tale ottica, Espansione Marketing S.p.A. è costantemente orientata, nelle scelte e nei comportamenti, ai seguenti principi etici e valoriali che rivestono carattere identitario:

#### A) Correttezza e Onestà

Ogni operazione e transazione compiuta nell'interesse/vantaggio della Società deve essere ispirata a correttezza, legittimità e legalità e deve risultare *compliant* con i principi organizzativi ed operativi previsti. Il personale deve mantenere un atteggiamento corretto, onesto ed imparziale sia nello svolgimento delle proprie mansioni, che nella tenuta delle relazioni, evitando di perseguire scopi illeciti. In nessun caso l'interesse o il vantaggio della Società possono indurre e/o giustificare un comportamento disonesto o contrario alla legge ovvero lesivo dei generali principi di correttezza e buona fede.

#### B) Trasparenza

Il principio di trasparenza si fonda sulla veridicità, accuratezza e completezza dell'informazione sia verso il Mercato, che all'interno della azienda.

Nella formulazione dei contratti e delle fatture Espansione Marketing S.p.A. elabora le clausole in modo chiaro e comprensibile, assicurando il mantenimento della condizione di trasparenza con i clienti.

#### C) Tutela del patrimonio aziendale

I Destinatari del Codice sono responsabili della protezione delle risorse di Espansione Marketing S.p.A., del suo patrimonio materiale e immateriale, dando pronta informativa di ogni evento potenzialmente dannoso di cui abbiano conoscenza.

È loro richiesto di operare con diligenza, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure aziendali disciplinanti l'utilizzo e la custodia delle risorse e dei cespiti aziendali ad essi affidati per l'esercizio delle proprie funzioni e mansioni.

#### D) Conflitto d'interessi

I Destinatari sono tenuti ad operare con integrità e trasparenza, in modo equo ed imparziale.

Gli esponenti aziendali - come di seguito meglio specificato - nell'esercizio dei processi decisionali riguardanti la Società non possono perseguire interessi che siano in conflitto con quelli della Società anche solo potenziale o parziale, né possono perseguire vantaggi personali, diretti o indiretti.

Ogni situazione di potenziale conflitto deve essere prontamente segnalata al proprio superiore gerarchico.

A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, costituiscono conflitto di interessi:

- la cointeressenza - palese od occulta - del dipendente in attività di fornitori, clienti, concorrenti;
- la strumentalizzazione della propria posizione funzionale per la realizzazione di interessi contrastanti con quelli dell'azienda;
- l'utilizzazione di informazioni acquisite nello svolgimento di attività lavorative a vantaggio proprio o di terzi

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

e comunque in contrasto con gli interessi dell'azienda;

- lo svolgimento di attività lavorative di qualunque genere (prestazioni d'opera, prestazioni intellettuali) presso clienti, fornitori, concorrenti e/o presso terzi in contrasto con gli interessi dell'azienda.

#### **E) Proprietà Intellettuale**

La Società nello svolgimento della propria attività e mission aziendale garantisce il costante e puntuale rispetto delle norme a tutela della proprietà industriale e intellettuale.

#### **F) Diligenza e Professionalità**

La Società si impegna affinché i propri collaboratori agiscano con imparzialità e lealtà, non solo nell'espletamento delle loro mansioni, ma anche nei rapporti con i terzi.

#### **G) Riservatezza e Tutela della Privacy**

Ciascun collaboratore è tenuto a non utilizzare, né pubblicizzare, informazioni e dati riservati, se non nei limiti e per l'esercizio delle proprie mansioni. La Società garantisce che le informazioni, i dati e le conoscenze acquisite siano opportunamente protette, conformandosi alle prescrizioni nazionali e comunitarie in materia di protezione e tutela dei dati personali per il corretto trattamento di essi, in linea con le indicazioni del Garante Nazionale Privacy.

#### **H) Qualità dei servizi**

Espansione Marketing S.p.A. persegue la piena soddisfazione della propria clientela, cura le sue richieste e aspettative con professionalità e flessibilità e progetta, attua e gestisce le attività nell'ottica dell'efficienza, dell'efficacia e dell'economicità, nonché della relazione continuativa. Essa ha adottato sistemi di gestione della qualità certificati conformi alle norme europee.

#### **I) Tutela della Persona**

Nel rispetto delle norme di legge a tutela dell'integrità fisica e morale, la Società - come di seguito meglio specificato - assicura al proprio personale condizioni di lavoro, di igiene e sicurezza adeguate, in ambienti sicuri e salubri.

Cura altresì lo sviluppo dello spirito di appartenenza, la crescita professionale, condannando qualsiasi forma di violenza e di abuso, nonché di razzismo e discriminazione.

#### **J) Parità di Genere**

La Società assicura il rispetto del principio di parità di genere nell'instaurazione, nell'evoluzione e gestione del rapporto di lavoro, anzi favorendo una politica di collaborazione e dialogo con le proprie dipendenti e collaboratrici.

#### **K) Tutela dell'Ambiente**

Espansione Marketing S.p.A. è particolarmente sensibile alle esigenze di tutela e sostenibilità dell'ambiente e alla prevenzione dell'inquinamento.

Gestisce in modo consapevole ed attento la propria attività nonché nella gestione dei rifiuti, di qualsiasi specie, nel rispetto della vigente normativa nazionale e comunitaria.

#### **L) Responsabilità sociale**

Espansione Marketing S.p.A. promuove la partecipazione e il coinvolgimento degli stakeholders nel processo di miglioramento continuo dell'azienda e nell'ottimizzazione dei servizi erogati, anche attraverso la raccolta di proposte, la verifica di reclami, la gestione della qualità dei servizi e dei processi, nonché la *customers satisfaction* e la *customer experience* quale misurazione della soddisfazione del Cliente attraverso criteri quali:

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

metodo, applicazione, conoscenza e costanza.

La Società opera per la creazione non solo di plusvalore economico nel lungo periodo, ma in modo che il capitale impiegato sia utile alla collettività e non aggravi la pressione sull'ambiente.

**M) Concorrenza**

Espansione Marketing S.p.A. cura il valore della concorrenza adottando principi di correttezza, leale competizione e trasparenza nei confronti di tutti gli operatori presenti sul Mercato, nazionale ed internazionale. I Destinatari del Codice operano nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti in materia di tutela della concorrenza.

**N) Contrasto alla Criminalità organizzata**

La Società condanna ogni forma di associazionismo criminale e di stampo mafioso, di qualsiasi natura e nazionalità, contrastando e prevenendo ogni ipotesi di concorso, appoggio esterno, infiltrazione e supporto anche in termini di prestazione di servizi o di finanziamento, anche indiretto, a favore di loro componenti, fiancheggiatori, organizzatori e mandanti.

**O) Rispetto della normativa Antiriciclaggio**

La Società è attenta a non intrattenere rapporti con soggetti implicati in attività illecite.

Tutti i Destinatari sono tenuti ad esercitare la propria attività ed a gestire i processi di natura finanziaria e commerciale nei confronti della clientela e dei terzi, anche all'estero, nel pieno rispetto della normativa in materia di contrasto alla ricettazione, al riciclaggio, all'autoriciclaggio.

**P) Rispetto della Legge**

La Società riconosce come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti in tutti i paesi dove essa opera.



 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	<i>1.0</i>
		<i>Del:</i>	30/05/2024

### CAPO III

#### PRINCIPI COMPORTAMENTALI

##### **Articolo 6 - GOVERNANCE**

Espansione Marketing S.p.A. conforma la propria organizzazione ad un adeguato ed effettivo ambiente caratterizzato dall'operatività di un sistema di gestione integrata, quale complesso di strumenti, processi e organismi capaci di indirizzare, gestire, verificare e controllare l'attività di gestione, in un'ottica di legalità e di *compliance*.

L'assetto di *Corporate Governance* è conformato alle prescrizioni di legge e dello Statuto sociale. Ogni processo aziendale è svolto - anche attraverso una gestione affidata e demandata ai manager - secondo il principio di segregazione e di responsabilità e in presenza di un sistema di controllo effettivo ed efficace.

##### *Assemblea dei Soci*

La composizione, le competenze e il funzionamento dell'Assemblea sono disciplinate dallo Statuto sociale.

##### *Organo Amministrativo*

L'Organo Amministrativo e, nel caso di adozione di un organo amministrativo collegiale, gli Organi delegati ex art. 2381 cod. civ. esercitano la gestione esclusiva dell'impresa e il perseguimento dell'oggetto sociale con professionalità, autonomia, indipendenza e responsabilità.

Essi non devono impedire, né ostacolare, l'esercizio delle attività di controllo interne ed esterne, né devono operare in posizione di conflitto d'interessi.

##### *Collegio Sindacale*

Ove ricorrano i requisiti di legge, la Società nomina il Collegio sindacale atto ad esercitare con imparzialità, autonomia e indipendenza le funzioni di controllo e di vigilanza circa l'osservanza delle norme di legge, regolamentari e statutarie, la corretta amministrazione, nonché l'adeguatezza degli assetti organizzativi e contabili della Società.

##### *Società di revisione*

Ove ricorrano i requisiti di legge, la Società nomina un revisore o una società di revisione esterna per l'esercizio del controllo contabile e la vigilanza sulla revisione legale dei conti annuali e consolidati, nonché sull'indipendenza della Società.

##### **Articolo 7 - POLITICA DEL PERSONALE**

##### *Selezione e assunzione*

Espansione Marketing S.p.A. cura la selezione del proprio personale nel rispetto dei valori di pari opportunità, eguaglianza e crescita individuale, in linea con le prescrizioni della legge, dello Statuto dei Lavoratori e dell'Accordo Economico Collettivo Nazionale applicabile.

I candidati vengono selezionati in base alla competenza professionale ed alla rispondenza con i profili richiesti, senza alcuna discriminazione di alcun tipo ed evitando favoritismi, nepotismi o agevolazioni sia in fase di

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

selezione che in fase di assunzione.

L'assunzione e il mantenimento di rapporti di lavoro con soggetti extra-comunitari è effettuato sempreché il loro soggiorno sia regolare secondo le prescrizioni di cui al D.lgs. 25 luglio 1998 n. 286, Testo Unico Immigrazione.

Espansione Marketing S.p.A. si impegna, con riguardo al lavoro minorile, a non assumere lavoratori di età inferiore a 18 anni ai sensi della Convenzione sull'età minima (ILO C138).

#### *Gestione del rapporto*

I rapporti di lavoro sono informati a reciproco rispetto, equo trattamento e meritocrazia, contrastando ogni forma di favoritismo, nepotismo o discriminazione, anche di genere.

Il potere gerarchico viene esercitato tutelando i diritti del soggetto, con obiettività ed equilibrio.

Del pari, il personale presta la massima collaborazione nell'osservare le disposizioni impartite dai soggetti apicali, assumendo la diligenza e perizia richieste nello svolgimento delle mansioni affidate.

L'attività lavorativa è soggetta ad un'attenta programmazione nel rispetto del monte ore stabilito dalla legge e con garanzia del godimento di periodi di riposo e di ferie maturate.

#### *Divieto di accettare e offrire doni e/o utilità*

Gli esponenti aziendali non sono autorizzati ad accettare, per sé o per altri, alcuna forma di dono, omaggio, compenso, utilità o servizio - né promesse in tal senso - di qualsiasi natura, anche non aventi carattere economico, volti ad influenzare o comunque a realizzare trattamenti di favore.

Gli omaggi e gli intrattenimenti possono essere offerti e accettati solo se di modico valore e conformi alle normali pratiche commerciali e di cortesia d'uso.

Le spese di rappresentanza di componenti degli Organi societari, ovvero di clienti e collaboratori, devono essere autorizzate e rientrare nei limiti di valore prefissati.

È del pari vietato effettuare elargizioni in denaro, ovvero concedere o promettere vantaggi o altra utilità a terzi (o a loro familiari), a pubblici funzionari o incaricati di pubblico servizio, ovvero ad esponenti di *Authorities*, onde acquisire trattamenti di favore per la Società, esclusi articoli promozionali di modesto valore commerciale.

#### *Valorizzazione del Personale*

Oltre all'aspetto della formazione, la Società è attenta alla crescita professionale del proprio Personale, valutandone la meritevolezza e le *performances*.

Le politiche di remunerazione sono improntate ai principi di equità, trasparenza e di produttività.

#### *Tutela della dignità ed integrità*

Espansione Marketing S.p.A. tutela la dignità e l'integrità psico-fisica dei propri collaboratori e dipendenti, nel rispetto dei principi di pari opportunità e di tutela della riservatezza.

Espansione Marketing S.p.A. esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non sia dato luogo a molestie o ad atteggiamenti comunque riconducibili a pratiche di mobbing e a qualsiasi forma di violenza o molestia sia sessuale che riferita alle diversità personali e culturali.

Sono considerati come tali:

- la creazione di un ambiente di lavoro intimidatorio, ostile, di isolamento o comunque discriminatorio nei confronti di singoli o gruppi di lavoratori;
- le ingiustificate interferenze con l'esecuzione di prestazioni lavorative altrui;

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	<i>1.0</i>
		<i>Del:</i>	30/05/2024

- l'ostacolo delle prospettive di lavoro individuali altrui per meri motivi di competitività personale o di altri dipendenti;
- qualsiasi comportamento indesiderato a connotazione sessuale o qualsiasi altro tipo di discriminazione basata sul sesso che offenda la dignità delle donne e degli uomini nell'ambiente di lavoro, ivi inclusi atteggiamenti di tipo fisico, verbale o non verbale.

#### *Assunzione di alcol e sostanze psicotrope*

Agli esponenti aziendali e ai collaboratori della Società è vietato prestare la propria attività sotto gli effetti di sostanze alcoliche o psicotrope, nonché di distribuire, smerciare, condividere le stesse con chiunque.

### **Articolo 8 - RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**

#### *Principi comportamentali*

I rapporti di Espansione Marketing S.p.A. con esponenti della Pubblica Amministrazione ("P.A.") - quali enti pubblici, ministeri, istituzioni e società private a partecipazione pubblica - sono improntati a trasparenza, lealtà, correttezza e collaborazione, a cura dei soli Esponenti aziendali formalmente abilitati.

Essi forniscono idonee istruzioni ai propri collaboratori, esercitandone il controllo, anche nel caso in cui vengano intrattenuti, per ragioni d'ufficio, contatti informali con un esponente pubblico.

#### *P.A. come Committente*

In caso di partecipazione a gare indette dalla P.A. per la fornitura di beni, di servizi, o di opere la Società mantiene rapporti professionali e trasparenti, si conforma alle prescrizioni del bando di gara, alle disposizioni regolatorie e resta soggetta al controllo del Committente e degli altri Organismi pubblici deputati.

Sono vietati favoreggiamenti volti ad indurre la P.A. ad assumere atteggiamenti benevoli o decisioni d'indebito favore per la Società, ovvero contrari ai principi del presente Codice ed alle norme di legge.

#### *Rapporti con le Autorità*

Nell'ambito dei rapporti con le Autorità, Espansione Marketing S.p.A. assicura la massima disponibilità e collaborazione, anche in occasione di ispezioni, verifiche, rendicontazioni, indagini, deposizioni e cura la completa e veritiera informazione e documentazione circa l'esercizio dell'attività, uniformandosi alle loro istruzioni e direttive.

La Società collabora attivamente con le Autorità Giudiziarie, le Forze dell'Ordine, l'Amministrazione Finanziaria, le Autorità Sanitarie, gli Enti pubblici locali ed economici.

#### *P.A. come erogatrice di provvidenze*

La Società vigila e contrasta ogni artificio, raggirio, falsa od omessa dichiarazione volti ad ottenere indebitamente - per essa o per terzi - finanziamenti, sovvenzioni o provvidenze pubbliche, ovvero a distrarne, in tutto o in parte, l'utilizzo vincolato.

### **Articolo 9 - RELAZIONI ESTERNE**

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

### *Rapporti con la clientela*

Espansione Marketing S.p.A. persegue la soddisfazione e il gradimento dei propri servizi, facendo proprie le esigenze della clientela e degli stakeholders, fornendo loro ampia ed esauriente informativa in una relazione di collaborazione, disponibilità e professionalità.

### *Rapporti con fornitori, consulenti e outsourcers*

La selezione di prestatori di beni, servizi ed opere è operata con l'attenta valutazione di ordine tecnico-economico in base ad alcuni parametri, quali: l'analisi del prodotto; dell'offerta; della convenienza economica; dell'idoneità tecnica e professionale; della competenza ed affidabilità; della qualità dei servizi.

La condivisione del presente Codice etico è presupposto indispensabile all'instaurazione e al mantenimento di tali rapporti.

I prodotti e/o servizi acquisiti devono risultare conformi e giustificati da concrete esigenze, ordinati dai responsabili competenti ad assumere l'impegno di spesa, nei limiti del *budget* di periodo autorizzato, verificati nell'effettiva qualità e tempistica resa, prima di essere saldati a fronte di emissione di regolare fattura.

### *Rapporti con i Media*

Tali rapporti sono gestiti in via esclusiva dalla dirigenza e dalle funzioni preposte, con garanzia di sicurezza, completezza e univocità dell'informazione.

## **Articolo 10 - PRIVACY E TUTELA INFORMATICA**

### *Compliance alla normativa vigente*

Espansione Marketing S.p.A. opera in conformità con le disposizioni del Regolamento U.E. n. 679/2016, "GDPR" e del Testo Unico *Privacy*, D.lgs. n. 196 del 30 giugno 2003 c.s.m., attraverso soggetti nominati Responsabile Incaricati dei trattamenti.

Viene tutelato il diritto soggettivo degli interessati alla riservatezza e correttezza dei loro dati personali trattati dalla Società, ai quali è resa un'informativa completa e aggiornata sul trattamento dei dati acquisiti, raccolti e/o elaborati nel corso e nell'espletamento dell'attività, previo rilascio del consenso informato, ove necessario, esclusivamente per le finalità ammesse.

Salvo ipotesi specificatamente segnalate agli interessati, è fatto espresso divieto di comunicare, divulgare o utilizzare tali dati per altre finalità.

### *Sicurezza informatica*

Gli esponenti aziendali e i collaboratori utilizzano gli impianti e i sistemi informatici e telematici aziendali (*hardware* e *software*) in loro dotazione o disposizione esclusivamente per l'esercizio delle proprie mansioni, conformandosi alla normativa in materia ed osservando le misure organizzative, tecnologiche, procedurali e di controllo adottate, anche per prevenire la commissione di reati informatici.

La Società cura la propria organizzazione IT in modo da garantirne l'operatività, la continuità e la sicurezza.

## **Articolo 11 - GESTIONE CONTABILE E CONTROLLI INTERNI**

### *Registrazioni contabili*

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	Rel.:	1.0
		Del:	30/05/2024

La Società fornisce una rappresentazione chiara, corretta, completa e veritiera delle proprie registrazioni contabili, in conformità al Codice civile, ai principi contabili e alle norme fiscali vigenti.

Tutte le azioni e le operazioni della Società devono avere un tracciamento che permetta la verifica del processo di decisione, autorizzazione e di esecuzione.

Un adeguato supporto documentale è richiesto onde garantire, in ogni momento, l'effettuazione di controlli attestanti le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione e l'identità di chi ha autorizzato, effettuato, registrato, verificato l'operazione stessa.

La Società previene la creazione di registrazioni false, incomplete o ingannevoli e vieta l'istituzione di fondi segreti o non registrati, il deposito fondi in c/c personali, e l'emissione di fatture per prestazioni inesistenti.

Secondo il principio di segregazione, le singole operazioni contabili e la successiva supervisione e revisione sono svolte da soggetti diversi, formalmente incaricati.

Ogni operazione finanziaria deve essere effettuata attraverso il canale degli intermediari finanziari abilitati, nel rispetto delle prescrizioni di legge e delle procedure aziendali vigenti.

La Società non intrattiene rapporti commerciali e finanziari con imprese e soggetti localizzati in Paesi esteri rientranti nella c.d. "Black list".

#### *Operazioni societarie*

La gestione della Società deve essere effettuata nel rispetto della legge e dell'integrità ed effettività del capitale sociale, nonché della prevenzione dei reati economici.

La Società garantisce la massima correttezza e trasparenza anche nella gestione delle operazioni con altre società o parti correlate.

#### *Sistema dei Controlli Interni*

La Società opera ispirandosi a criteri di prudenza e di contenimento dell'esposizione ai rischi di qualsiasi natura, ottimizzando l'organizzazione dei processi aziendali e le scelte strategiche.

La Società, in ragione del profilo organizzativo ed operativo opera con un sistema di deleghe dei poteri e funzioni a soggetti selezionati ed in possesso dei requisiti richiesti.

#### *Conflitto di interessi*

Espansione Marketing S.p.A. è impegnata ad attuare misure idonee ad evitare che i soggetti coinvolti nelle transazioni o nella negoziazione e stipula di accordi e convenzioni siano in conflitto di interesse. Gli amministratori e i dipendenti di Espansione Marketing S.p.A. sono obbligati ad astenersi da iniziative che possano generare situazioni di conflitto d'interessi, proprie o di terzi, in particolare quelle relative a conflitto fra attività economiche personali e familiari e le mansioni che ricoprono all'interno della struttura e/o organo di appartenenza o più semplicemente quelle che possano ledere la possibilità di adempiere alle funzioni e alle responsabilità ricoperte nell'ambito dell'organizzazione aziendale con la dovuta diligenza. Sono altresì configurabili come portatrici di conflitto di interessi le seguenti situazioni:

- l'utilizzo della propria posizione aziendale o delle informazioni e/o opportunità acquisite nel corso del proprio incarico, a vantaggio proprio o di terzi;
- le situazioni nelle quali parenti o affini entro il 2° grado o conviventi di fatto siano titolari di interessi economici e finanziari (proprietari o soci) nell'ambito di fornitori, clienti, concorrenti, terzi contraenti, società controllanti o controllate o vi ricoprano ruoli societari di amministrazione o di controllo ovvero manageriali.

Le situazioni di conflitto di interesse, anche potenziale, qualora si manifestino, devono essere comunicate al

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

diretto superiore e/o all'organo di cui si è parte nonché all'assemblea dei soci.  
Il soggetto interessato si astiene dall'intervenire nel processo decisionale di cui è parte in causa.

#### *Prevenzione della corruzione*

Espansione Marketing S.p.A. si impegna a mettere in atto tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione.

In particolare, è espressamente vietata qualsiasi tipologia di comportamento volto a favorire pratiche di corruzione e/o atteggiamenti collusivi, perpetrati anche attraverso terzi, finalizzati all'ottenimento di vantaggi personali o per la Società.

#### *Comunicazioni societarie*

Le comunicazioni societarie rivolte agli stakeholders devono essere veritiere, corrette, trasparenti, esaustive e conformi a principi e alle norme di legge.

Il bilancio di esercizio, le valutazioni e, in genere, le relazioni e comunicazioni sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria, sono redatti secondo i principi di trasparenza e correttezza.

#### *Gestione degli Acquisti*

La Società gestisce il sostenimento dei costi attraverso un trasparente e analitico processo di *budgeting* annuale, con selezione, accreditamento e monitoring dei fornitori di beni, servizi ed opere e mediante un sistema di autorizzazione e verifica della rispondenza e qualità dei servizi ricevuti.

#### *Brevetti e Proprietà intellettuale*

La tutela di marchi, licenze e opere dell'ingegno è considerata di primaria importanza ed è pertanto vietata ogni condotta volta alla loro alterazione e contraffazione nonché alla relativa riproduzione, diffusione, vendita o utilizzo indebiti.

#### *Contribuzioni a terzi*

I membri degli Organi societari e il personale non devono essere implicati, né coinvolti, neanche a titolo di concorso, in operazioni che possano sostanziare la ricettazione, il riciclaggio o l'autoriciclaggio di proventi da attività criminali o, in genere, illecite.

La concessione di doni e contributi a privati, enti pubblici e non profit, specie finalizzate ad obiettivi sociali, culturali e di solidarietà, è ammessa nel rispetto delle comuni prassi commerciali e della procedura all'uopo definita dalla Società.

Le sponsorizzazioni e le erogazioni liberali devono risultare coerenti con la policy aziendale, autorizzate dai soggetti competenti, nei limiti di valore predefiniti ed in nessun caso finalizzate ad ottenere un vantaggio illecito e risultare tracciabili documentalmente.

#### *Gestione Fiscale*

La Società rispetta e si conforma alle prescrizioni della legge fiscale e tributaria e delle Autorità in materia di registrazione, di archiviazione, di dichiarazione, di tassazione e di versamento dei contributi dovuti, assumendo un comportamento collaborativo con l'Agenzia delle Entrate e con le Autorità.

Assume la accurata diligenza nella gestione d'impresa e nella tenuta dei rapporti commerciali e finanziari con

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

terzi, evitando ogni rappresentazione, attestazione o concorso nella realizzazione di operazioni inesistenti (soggettivamente o oggettivamente).

La Società provvede al versamento dei contributi da essa dovuti nel rispetto dei tempi e con le modalità prescritte dalla legge.

## Articolo 12 - TUTELA DELLA SICUREZZA SUL LAVORO

### *Politica di salute e sicurezza*

La salute dei Dipendenti e Collaboratori non è da intendersi solo come assenza di malattie ma anche come benessere psichico, fisico e sociale, che può essere garantito mediante i seguenti principi di organizzazione:

- ridurre al minimo i rischi;
- valutare i rischi che non possono essere eliminati;
- adattare il lavoro all'uomo, in particolare per quanto concerne l'organizzazione e la concezione dei posti di lavoro, la scelta delle attrezzature, dei metodi di lavoro;
- seguire l'evoluzione tecnica;
- sostituire ciò che è pericoloso con ciò che non lo è o lo è di meno;
- pianificare la protezione della salute in modo tale che gli aspetti individuali, tecnici, organizzative sociali e tutte le loro interazioni siano considerati nel loro insieme;
- accordare la priorità alla protezione della salute a carattere collettivo piuttosto che individuale;
- formare ed informare i dipendenti in modo appropriato a tutti i livelli della gerarchia.

### *Compliance alla normativa vigente*

Espansione Marketing S.p.A. opera affinché tutti gli esponenti aziendali e i collaboratori siano consapevoli del loro ruolo, delle loro responsabilità, nonché dei propri rischi lavorativi, e adottino comportamenti responsabili per l'incolumità propria e degli altri in tutti i luoghi presso i quali svolge la propria attività.

Essa garantisce la piena compliance alla normativa vigente ex d.lgs 81/2008 c.s.m. e a tutte le normative di tutela della salute e sicurezza sul lavoro.

Ha provveduto alla formale nomina dei soggetti "propri" e ad un sistema di deleghe, comunicato a tutta l'azienda. Il servizio di prevenzione e protezione aziendale è stato strutturato considerando l'organizzazione dell'azienda e risponde pienamente a quanto previsto dalle normative applicabili.

## Articolo 13 - TUTELA AMBIENTALE

### *Politica di tutela dell'ambiente*

La Espansione Marketing S.p.A. si impegna, mettendo a disposizione risorse umane, strumentali, ed economiche, a perseguire il miglioramento continuo nella gestione dei propri aspetti ambientali, assicurando l'impegno alla riduzione ed eliminazione (ove possibile) dei propri impatti ambientali.

In particolare, la Direzione assicura l'impegno a:

- Rispettare tutte le leggi applicabili in materia di tutela ambientale ed ottemperare agli altri obblighi di conformità delle parti interessate;
- Diffondere a tutti i livelli specifiche responsabilità finalizzate alla sorveglianza ed all'applicazione delle norme di tutela ambientale e delle disposizioni interne;

 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

- Far sì che gli impatti ambientali vengano nel tempo ridotti, perseguendo ad esempio la riduzione dei consumi energetici, la riduzione dei rifiuti prodotti e sensibilizzando tutto il personale alla corretta differenziazione ed al riciclo;
- Definire specifici obiettivi di miglioramento continuo per le proprie prestazioni ambientali.

## Articolo 14 - LEGALITA' E PREVENZIONE DEI REATI

### *Responsabilità per illecito da reato*

Il D.lgs. n. 231 dell'8 giugno 2001 ha introdotto il principio della responsabilità "amministrativa" dell'ente collettivo per illecito amministrativo dipendente da reato.

All'ente collettivo condannato può essere irrogata una sanzione pecuniaria e/o interdittiva laddove il reato-tipico sia stato compiuto, nel suo "interesse o vantaggio", da soggetti ad esso organicamente legati ed operanti in posizione apicale, ovvero subordinata.

### *Modello penale preventivo*

Gli artt. 6 e 7 D. Lgs. cit. prevedono, tuttavia, il beneficio d'esimente da responsabilità, quand'anche un reato-presupposto sia stato compiuto, allorché l'Organo amministrativo abbia spontaneamente adottato, ed efficacemente implementato, ante reato, un "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" idoneo a prevenirne la commissione ed abbia affidato ad un Organismo specifico ed indipendente - l'Organismo di Vigilanza, per l'appunto - il compito di vigilanza e controllo, realizzando così un'efficace ed effettiva azione penal-preventiva.

Il MOG viene aggiornato a cura dell'Organismo di Vigilanza in occasione di novelle legislative e/o di modifiche organizzative od operative, o qualora l'OdV lo ritenga necessario.

### *Mappatura dei rischi-reato*

Nell'ottica penale-preventiva, la Società effettua - periodicamente ovvero qualora si verificano modificazioni di rilievo organizzativo, strutturale o operativo - il censimento e la graduazione delle concrete potenzialità commissive dei singoli reati di cui al Catalogo ex d.lgs. 231/2001 vigente, rispetto alle funzioni ed ai processi gestiti dal proprio Personale, apicale e subordinato.

### *Protocolli Comportamentali*

Quale componente essenziale del MOG, i Protocolli comportamentali (generali e speciali) definiscono le specifiche prescrizioni comportamentali obbligatorie e gli strumenti di controllo idonei a gestire i rischi-reato "mappati".

A tali standard comportamentali devono uniformarsi i soggetti che operano nelle funzioni/processi valutati come "sensibili", pena l'applicazione di misure disciplinari.

### *Sistema Disciplinare Interno*

Il trasgressore (di qualsiasi livello gerarchico) delle prescrizioni del presente Codice Etico e del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, nonché delle previsioni di cui al CCNL applicabile ne risponde in sede disciplinare.

Nei suoi confronti il Datore di lavoro potrà irrogare la sanzione disciplinare ritenuta congrua tra quelle



 <small>ESPANSIONE MARKETING S.P.A.</small>	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

predefinite per ciascuna tipologia di violazione, a conclusione di un procedimento interno di accertamento, svolto nel rispetto delle guarentigie di cui allo Statuto dei Lavoratori e dell'Accordo Economico Collettivo Nazionale applicato.

### *L'Organismo di Vigilanza*

L'Organismo di Vigilanza è la funzione appositamente istituita dal Consiglio di Amministrazione della Società cui competono le funzioni di vigilanza e di cura dell'aggiornamento del MOG.

Esso è autonomo ed indipendente e opera con continuità.

Per la sua istituzione, il Consiglio di Amministrazione determina la configurazione dell'Organismo, il numero di componenti e i principi generali regolanti la durata, la sostituzione, il rinnovo, il compenso e il budget di dotazione.

In tali limiti, l'OdV insediato ha poteri di autorganizzazione, regolamentazione e funzionamento e può avvalersi di consulenti esterni.

Nell'esercizio delle proprie competenze, l'OdV (ex art. 6) provvede a:

- interpretare, applicare e controllare il Codice etico e il MOG;
- vigilare sull'osservanza, il funzionamento, l'adeguatezza, la funzionalità e l'aggiornamento del MOG;
- svolgere attività ispettiva, di monitoraggio e coordinamento con gli altri organi societari;
- rilevare e segnalare gli eventuali trasgressori, nonché attivare la procedura disciplinare;
- supervisionare l'erogazione della Formazione al Personale (apicale e sottoposto) in materia di responsabilità amministrativa.

L'OdV per l'esercizio delle proprie funzioni con autonomia e indipendenza è dotato dal Consiglio di Amministrazione di un budget di dotazione congruo, da reintegrare annualmente, che potrà essere direttamente utilizzato, salvo l'obbligo di rendicontazione periodica.

L'Organismo redige periodicamente una Relazione informativa, relativa all'attività svolta da presentare al Consiglio di Amministrazione, illustrando gli interventi necessari e strumentali a migliorare la funzionalità ed efficacia del sistema di prevenzione penale adottato.

Il trasgressore (di qualsiasi livello gerarchico) delle prescrizioni del presente Codice Etico ne risponde in sede disciplinare.

Nei suoi confronti il Datore di lavoro potrà irrogare la sanzione disciplinare ritenuta congrua tra quelle predefinite per ciascuna tipologia di violazione, a conclusione di un procedimento interno di accertamento, svolto nel rispetto dello Statuto dei Lavoratori e dell'Accordo Economico Collettivo Nazionale applicato.

 ESPANSIONE MARKETING S.P.A.	<b>CODICE ETICO E COMPORTAMENTALE</b>	<i>Rel.:</i>	1.0
		<i>Del:</i>	30/05/2024

**CAPO IV  
NORMA FINALE**

**Articolo 15 - RINVIO**

Il presente Codice Etico e comportamentale si coordina con le disposizioni dello Statuto sociale, della legge e dei regolamenti vigenti.

Ogni modifica del presente documento richiede la formale approvazione dell'Organo Amministrativo della Società.