



Match S.r.l

CODICE ETICO

Approvato dal Cda in data 12 Luglio 2022

Rev.	Descrizione	Data emissione
00	Adozione del Codice Etico	28/07/2022

PREMESSA.....	3
I DESTINATARI.....	3
PRINCIPI COMPORTAMENTALI GENERALI	4
RISPETTO E VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE	4
ONESTA' E VERIDICITA' DEI MESSAGGI PROMOZIONALI VEICOLATI E INTEGRITÀ DEI SERVIZI RESI	5
RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE.....	6
INTEGRITÀ NELLA CONDUZIONE DEGLI AFFARI.....	7
RAPPORTI CON PARTNER COMMERCIALI, FORNITORI, CONSULENTI E COLLABORATORI ESTERNI	7
TUTELA DELLA SICUREZZA DEI LAVORATORI E DELL'AMBIENTE.....	8
CONFLITTI DI INTERESSE E TRASPARENZA NEGLI ATTI AZIENDALI	8
CONCORRENZA LEALE	9
TRASPARENZA NELLA CONTABILITÀ.....	9
UTILIZZO DELLE APPARECCHIATURE E DEI SISTEMI INFORMATICI.....	9
SISTEMA SANZIONATORIO.....	9
ENTRATA IN VIGORE E DIFFUSIONE	10

PREMESSA

Match S.r.l. (di seguito anche Match o la Società) è una società che opera nel campo della comunicazione e del marketing, offrendo, in particolar modo, servizi customizzati e progetti innovativi a primarie aziende, nazionali ed internazionali, nel campo del field marketing e dell'organizzazione eventi.

Onestà, trasparenza, professionalità, innovazione, responsabilità sociale e ambientale sono i valori in cui Match si identifica.

In ambito di *business*, l'assenza di una considerazione etica del proprio agire potrebbe portare a comportamenti «potenzialmente opportunistici», dettati dall'errata convinzione di stare facendo il bene dell'azienda.

Appare pertanto indispensabile l'adozione di un Codice Etico, volto a ribadire che in nessun modo la convinzione di agire a vantaggio della Società può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con principi e valori condivisi.

Il presente documento ha, dunque, la funzione di affermare e rendere noti i principi aziendali che guidano la Società nell'agire quotidiano, sia nei rapporti interni che con i terzi, tra cui, in particolare, clienti, fornitori, partner e collaboratori.

Il Codice Etico costituisce altresì elemento essenziale del sistema di controllo preventivo adottato dalla Società al fine della prevenzione dei reati che possono essere commessi nello svolgimento delle loro attività, ed in particolare dei reati-presupposto previsti dal D.lgs. n. 231/2001, recante la disciplina in materia di responsabilità amministrativa delle persone giuridiche (di seguito il "Decreto").

I DESTINATARI

Le norme del Codice Etico si applicano a Soci, Amministratori e Dipendenti della Società, nonché a tutti coloro che, a qualunque titolo, operano – direttamente o indirettamente - per il conseguimento dei legittimi obiettivi dell'ente, tra cui Partner commerciali, Fornitori e Collaboratori.

Il Codice Etico viene recepito attraverso formale adozione da parte dell'organo amministrativo dell'ente.

I soggetti suindicati costituiscono nel loro complesso i Destinatari del presente Codice Etico.

Tutti i Destinatari hanno il diritto e l'obbligo di conoscere, applicare il Codice Etico, di segnalare eventuali lacune riscontrate ovvero la necessità di procedere ad un aggiornamento e adeguamento dello stesso.

Il Codice è portato a conoscenza di tutti coloro con i quali Match intrattiene relazioni.

PRINCIPI COMPORTAMENTALI GENERALI

Nello sviluppo sia delle proprie attività aziendali sia di quelle in partecipazione con i Partner Commerciali, Match si ispira ai seguenti principi:

- correttezza, completezza e trasparenza delle informazioni nella gestione dei rapporti con i terzi e con le Autorità pubbliche, nazionali ed estere;
- legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale dei documenti predisposti;
- il rispetto delle disposizioni normative applicabili in Italia ed in ogni altro Paese in cui si dovessero trovare a operare i Destinatari;
- la trasparenza nei confronti di tutti i portatori di interesse, cioè di quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni i cui interessi sono influenzati in modo diretto o indiretto dallo svolgimento delle attività aziendali;
- la responsabilità verso la collettività che, anche in maniera indiretta, può essere influenzata nel suo sviluppo economico e sociale dalle attività della Società;
- la tutela della concorrenza e della qualità dei servizi resi;
- la tutela della sicurezza e della salute, dell'integrità fisica e morale nonché dei diritti dei lavoratori;
- la protezione e la salvaguardia dell'ambiente in tutte le sue componenti: atmosfera, acque, suolo e sottosuolo, flora, fauna ed ecosistemi;
- il rispetto dei dipendenti e dei collaboratori e l'impegno a valorizzarne le capacità professionali;
- il rifiuto per ogni comportamento che, pur finalizzato al raggiungimento di un risultato coerente con l'interesse della Società, presenti aspetti non compatibili con i principi del presente Codice Etico e con l'impegno a rispettare le disposizioni normative applicabili, nonché le regole comportamentali e procedurali della Società.

RISPETTO E VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE

La Società promuove la valorizzazione e lo sviluppo delle capacità e delle competenze dei propri dipendenti e collaboratori, affinché essi possano contribuire al raggiungimento dei legittimi obiettivi aziendali definiti dall'organo dirigente.

La Società offre a tutti i propri dipendenti pari opportunità di lavoro, in funzione delle rispettive caratteristiche professionali e delle capacità di rendimento, senza alcuna discriminazione fondata su motivi politici, sindacali, religiosi, razziali, linguistici o sessuali.

La Società agevola l'integrazione culturale e ripudia ogni manifestazione di razzismo o discriminazione.

Match non agevola l'inserimento di personale non in regola, né instaura alcun rapporto di lavoro o forme di collaborazione con soggetti privi di regolare permesso di soggiorno, tantomeno si

avvale di società che utilizzino manodopera irregolare o in violazione degli *standard* lavorativi generalmente applicati o previsti dalle norme internazionali.

La Società sostiene con trasparenza e correttezza i propri legittimi interessi nelle relazioni industriali, favorendo il confronto costruttivo con i sindacati dei lavoratori, con le associazioni imprenditoriali e di categoria.

Match si impegna ad assicurare che ogni rapporto di collaborazione sia gestito in forza di regolare contratto di lavoro, nel rispetto della Legge e delle previsioni stabilite nel contratto collettivo nazionale di riferimento, che ogni dipendente sia adeguatamente retribuito, valorizzato nel proprio lavoro e non subisca alcun tipo di vessazione psicologica e che ogni lavoratore e lavoratrice sia incentivato alla piena libertà di scelta ed espressione della propria personalità. A tal fine la Società si impegna ad incentivare l'occupazione femminile garantendo sussidi per la maternità e la paternità, e impedendo qualsiasi disparità di trattamento economico dovuto al genere dei propri dipendenti.

Nelle procedure di selezione del personale e nei limiti delle informazioni disponibili, la Società opera i necessari controlli per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo.

La retribuzione e la progressione delle carriere devono essere improntate a criteri di correttezza, imparzialità, meritocrazia e, in ogni caso nel rispetto della Legge e dei regolamenti.

ONESTA' E VERIDICITA' DEI MESSAGGI PROMOZIONALI VEICOLATI E INTEGRITÀ DEI SERVIZI RESI

Tutte le attività di Match sono fondate sui principi di onestà, serietà, trasparenza e riservatezza delle informazioni acquisite e si basano su un sano bilanciamento tra la veridicità delle informazioni veicolate e la persuasione del consumatore.

Nelle attività di promozione del Brand del cliente e dei relativi prodotti, le risorse di Match hanno il divieto assoluto di diffondere informazioni e comunicazioni mendaci, non chiare, non reali o non controllabili, idonee ad alterare le decisioni della clientela o la concorrenza.

Anche nell'ambito delle attività di training delle risorse destinate alle attività di *promotion* o di vendita, Match si impegna a diffondere principi di onestà e buona fede, promuovendo con tutti i propri mezzi la diffusione dell'eticità nella conduzione delle attività di marketing.

Match orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei propri clienti. Per questo motivo i processi aziendali sono indirizzati al raggiungimento di elevati standard qualitativi nel pieno rispetto dei diritti di proprietà e protezione relativi all'esecuzione di un processo o di parte di esso.

RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Qualora, nell'ambito della prestazione dei propri servizi, si trovi a dover interagire con la Pubblica Amministrazione, Match si impegnerà a promuovere un dialogo costante con le Istituzioni e con le espressioni organizzate della società civile in tutti i luoghi in cui opera, ispirando i rapporti con tali soggetti ai principi di trasparenza, correttezza e leale collaborazione.

L'assunzione di impegni con le Istituzioni Pubbliche Locali, Statali, Comunitarie e Internazionali, in nome e per conto della Società o di soggetti terzi, è riservata esclusivamente alle funzioni preposte e autorizzate.

Per questo motivo è raccolta e conservata la documentazione che riassume le modalità attraverso le quali Match entra in contatto con le Istituzioni.

Nell'ambito dei rapporti con la Pubblica Amministrazione (Regioni, Stato, Autorità Regolatorie) è fatto divieto ai Destinatari e ai terzi di:

- falsificare e/o alterare i dati documentali al fine di ottenere il favore o l'approvazione di un progetto non conforme alle normative vigenti in materia;
- destinare fondi pubblici a finalità diverse da quelle per cui si sono ottenuti;
- agevolare il perseguimento, da parte di clienti o Partner commerciali, di finalità illecite.

La presentazione delle richieste per l'ottenimento di autorizzazioni pubbliche è riservata esclusivamente alle persone espressamente autorizzate.

I contributi, finanziamenti, agevolazioni ed erogazioni pubbliche eventualmente ricevuti dalla Società andranno sempre utilizzati conformemente agli scopi per i quali gli stessi sono stati assegnati.

I Destinatari, inoltre, non influenzano impropriamente l'indipendenza di giudizio di soggetti pubblici che operano nell'esercizio di funzioni pubbliche e perseguono i legittimi obiettivi aziendali, rifiutando ogni accordo illecito con esponenti titolari di poteri pubblici e con esponenti di altre società.

Non è ammesso in alcuna circostanza corrompere o anche solo tentare di corrompere titolari di cariche pubbliche elettive nazionali ed internazionali, pubblici ufficiali o altri vantaggi per ottenere prestazioni indebite.

In particolare, sono vietate le seguenti azioni:

- acconsentire a dare o promettere denaro o altra utilità a seguito di richieste e/o pressioni indebite da parte di esponenti pubblici;
- proporre – in qualsiasi modo – opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare soggetti titolari di poteri pubblici;
- sollecitare od ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti;
- compiere qualsiasi altro atto volto a indurre i soggetti titolari di poteri pubblici a fare o ad omettere di fare qualcosa in violazione delle leggi dell'ordinamento cui appartengono.

INTEGRITÀ NELLA CONDUZIONE DEGLI AFFARI

Nello svolgimento delle attività aziendali i Destinatari basano i propri comportamenti sui principi di onestà, trasparenza, lealtà, integrità e correttezza, nel rispetto delle politiche aziendali, nonché delle leggi e dei regolamenti vigenti.

Non sono ammesse offerte di denaro, regali o benefici di qualsiasi natura eccedenti le normali pratiche commerciali oppure tendenti ad ottenere indebiti vantaggi di qualsivoglia natura: gli atti di cortesia commerciale sono consentiti, purché di modico valore e, comunque, tali da non compromettere l'integrità e la reputazione e da non influenzare l'autonomia di giudizio del ricevente.

Il Destinatario che riceva omaggi, oltre i limiti delle normali relazioni di cortesia e non di modico valore, dovrà rifiutare ed informare immediatamente il proprio superiore.

La gestione dei rapporti con i clienti e con i partner commerciali è improntata a correttezza, trasparenza e lealtà.

In alcun modo, i Destinatari possono assecondare comportamenti altrui finalizzati al perseguimento di obiettivi illeciti o contrari ai principi sanciti all'interno del presente Codice Etico.

RAPPORTI CON PARTNER COMMERCIALI, FORNITORI, CONSULENTI E COLLABORATORI ESTERNI

Match si impegna a ricercare nei Partner, Fornitori, Collaboratori esterni e terzi in genere professionalità idonee e impegno alla condivisione dei principi e dei contenuti del Codice.

La Società promuove la costruzione di rapporti duraturi con una comune condivisione dei valori per lo sviluppo sostenibile e il progressivo miglioramento delle *performance* anche tramite il dialogo e il confronto.

Nei rapporti di approvvigionamento e, in genere, di fornitura di beni e/o servizi e di collaborazione esterna è fatto obbligo ai Destinatari di:

- adottare esclusivamente criteri di valutazione oggettivi secondo modalità dichiarate e trasparenti;
- ottenere la collaborazione di fornitori e collaboratori esterni nell'assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze di clienti in misura adeguata alle loro legittime aspettative, in termini di qualità, costo e tempi di consegna;
- includere nei contratti la conferma di aver preso conoscenza del Codice e l'obbligazione espressa di attenersi ai principi ivi contenuti;
- corrispondere compensi commisurati alla prestazione indicata in contratto e i pagamenti non potranno in alcun modo essere effettuati a un soggetto diverso dalla controparte contrattuale né in un Paese terzo diverso da quello delle parti o di esecuzione del contratto;
- osservare e richiedere l'osservanza delle condizioni contrattualmente previste;
- mantenere un dialogo franco e aperto con i fornitori e i collaboratori esterni in linea con le buone consuetudini commerciali; riferire tempestivamente al proprio superiore le possibili violazioni del Codice;

- portare a conoscenza del Top Management problemi rilevanti insorti con un fornitore o un collaboratore esterno, in modo da poterne valutare le iniziative da intraprendere;
- in caso di accertamento di comportamenti illeciti, promuovere l'adozione di strumenti e rimedi contrattuali e procedurali, nonché le opportune azioni a tutela della Società.

TUTELA DELLA SICUREZZA DEI LAVORATORI E DELL'AMBIENTE

Le attività di Match sono condotte in conformità agli accordi e agli standard internazionali e alle leggi, ai regolamenti, alle pratiche amministrative e alle politiche nazionali dei Paesi in cui opera relative alla tutela della salute e sicurezza dei lavoratori, dell'ambiente e della incolumità pubblica.

In tal senso, nella gestione della propria attività aziendale e nei rapporti con Partner commerciali, clienti e soggetti terzi in genere, si impegna a diffondere e consolidare una cultura della tutela ambientale, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili.

Nell'ideazione delle proprie proposte, Match si impegna a promuovere la tutela dell'ambiente, a ridurre l'utilizzo di materiali inquinanti e a favorire l'impiego, da parte di clienti e fornitori, di materiali ecosostenibili e fonti rinnovabili (*es.* preferire/consigliare l'utilizzo di brochure e packaging biodegradabili o di espositori digitali e riutilizzabili).

CONFLITTI DI INTERESSE E TRASPARENZA NEGLI ATTI AZIENDALI

I componenti degli organi sociali, i dipendenti e i consulenti della Società si astengono da qualsiasi attività che possa presentare, anche potenzialmente, il rischio di conflitto con gli interessi aziendali. Rientrano in tale nozione i casi in cui uno dei soggetti suindicati:

- persegua un interesse diverso dalla missione di impresa;
- si avvantaggi "personalmente" di opportunità di affari della Società;
- si trovi in situazioni/gestisca attività che potrebbero interferire/influenzare l'indipendenza decisionale nel valutare quale sia il miglior interesse della Società.

A titolo esemplificativo, potrebbero costituire fattispecie di conflitto di interessi:

- l'esistenza diretta o indiretta di interessi economico-finanziari di componenti degli organi sociali e di dipendenti o di loro stretti congiunti (intendendosi per stretti congiunti parenti entro il terzo grado, affini entro il secondo grado o persone conviventi) nelle attività di *business* o in attività di clienti, fornitori o concorrenti;
- titolarità di ruoli societari di amministrazione o di controllo, di altre cariche o incarichi di qualsivoglia natura in società clienti, fornitrici o concorrenti;
- la strumentalizzazione della propria posizione funzionale per la realizzazione di interessi propri o di terzi anche solo potenzialmente in contrasto con quelli aziendali;
- l'utilizzo di informazioni acquisite nello svolgimento di attività lavorative a vantaggio indebito proprio o di terzo in contrasto con gli interessi aziendali;

- L'accettazione di denaro o altro beneficio da persone fisiche o giuridiche che siano o intendano entrare in rapporti d'affari con la Società.

Nell'ipotesi in cui siano individuate situazioni di conflitto di interesse, anche potenziali, sia interne che esterne all'attività aziendale, ciascun soggetto coinvolto è tenuto ad astenersi dal porre in essere la condotta in conflitto e/o attività che potrebbero influenzare la propria indipendenza decisionale, dandone tempestiva comunicazione al responsabile diretto, il quale attiverà le Funzioni interne per le analisi necessarie.

CONCORRENZA LEALE

La Società intende tutelare il valore della concorrenza leale improntando il proprio comportamento a chiarezza e correttezza, rifiutando pratiche collusive, comportamenti ostruzionistici e la diffusione di informazioni false, ingannevoli, distorte o denigratorie in ordine ad un concorrente o ai suoi servizi.

TRASPARENZA NELLA CONTABILITÀ

Ogni operazione relativa alla tenuta e all'elaborazione dei dati contabili è improntata a verità, correttezza, chiarezza e completezza dell'informazione.

La Società condanna qualsiasi comportamento volto ad alterare le informazioni ed i dati contabili e societari che sono comunicati agli organi sociali, alle Autorità di Vigilanza o ai portatori di interesse.

Match rispetta tutte le norme e disposizioni, sia nazionali che internazionali, in tema di antiriciclaggio e finanziamento al terrorismo. In alcun modo ed in alcuna circostanza è tollerato ricevere od accettare la promessa di pagamenti in contanti o riciclare denaro, beni o altre utilità provenienti da attività illecite o criminali nonché compiere operazioni tali da ostacolare l'identificazione della loro provenienza.

Contributi, sovvenzioni o finanziamenti ottenuti da qualunque ente pubblico o privato, anche se di modico valore e/o importo sono impiegati in modo coerente rispetto agli scopi per cui sono stati concessi.

UTILIZZO DELLE APPARECCHIATURE E DEI SISTEMI INFORMATICI

Tutti gli utenti autorizzati all'uso delle apparecchiature e dei sistemi informatici della Società si servono delle risorse informatiche aziendali nel rispetto delle disposizioni normative vigenti: è posto il divieto di intrusione e di danneggiamento di sistemi informatici altrui.

Tutti gli utenti tutelano l'integrità delle apparecchiature e dei sistemi informatici interni, astenendosi da manipolazioni che ne possano modificare in qualsiasi modo le funzionalità.

SISTEMA SANZIONATORIO

L'osservanza del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai Destinatari nell'ambito del rispettivo rapporto negoziale con la Società.

La violazione del Codice Etico rappresenta a seconda del rapporto giuridico instaurato con la Società un illecito di natura disciplinare (con riferimento a lavoratori e collaboratori utilizzati sulla base di un rapporto giuslavoristico), la violazione di un mandato fiduciario (con riferimento agli esponenti degli organi sociali) o la violazione di obblighi contrattuali (con riferimento ai contratti con controparti all'interno dei quali sono inseriti apposite clausole che richiamano espressamente il presente Codice Etico).

I *manager* competenti in base alla tipologia di rapporto contrattuale tra il trasgressore e la Società attivano le opportune misure ed i rimedi consentiti dalle disposizioni normative vigenti.

Eventuali violazioni del presente Codice Etico che dovessero essere rilevate dovranno essere opportunamente comunicate all'Organismo di Vigilanza, contattabile all'indirizzo e-mail odv@matchsrl.it deputato alla gestione delle segnalazioni di condotte illecite e violazioni del Modello e del Codice Etico.

L'Organismo di Vigilanza agisce in base a quanto previsto dalle procedure aziendali, in modo da evitare ai segnalanti qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione, assicurando altresì l'anonimato del segnalante e la riservatezza dei fatti dal medesimo segnalati, fatti salvi gli obblighi di legge e la tutela dei diritti della Società.

ENTRATA IN VIGORE E DIFFUSIONE

Le disposizioni del presente Codice Etico sono approvate dal Consiglio di Amministrazione ed entrano in vigore a seguito della sua diffusione.

In particolare, Match si impegna a dare la massima diffusione del Codice Etico, sia all'atto dell'assunzione di nuove risorse e tramite specifiche attività di comunicazione e formazione volte a rendere più facilmente fruibili i contenuti del testo e applicabili nella quotidianità lavorativa di tutti i Destinatari, che attraverso la pubblicazione sul sito internet della Società.