

COMPASSLINK

AGENTE IN ATTIVITÀ FINANZIARIA
DI COMPASS BANCA S.P.A

Codice di Condotta

INDICE

1. il codice di condotta: un impegno condiviso	3
2. i valori cardine del Gruppo	7
3. tutela del miglior interesse del cliente	11
4. Protezione dei dati	14
5. integrità del mercato	19
6. gestione dei conflitti di interessi	20
7. contrasto alla corruzione	21
8. contrasto al riciclaggio e al finanziamento del terrorismo	24
9. contrasto all'evasione fiscale	26
10. gestione del rischio reputazionale	27
11. uso dei beni forniti per lo svolgimento dell'attività	30
12. comunicazione e poteri di rappresentanza	32
13. gestione dei dipendenti e collaboratori	34
14. rapporti con i fornitori	37

1. IL CODICE DI CONDOTTA: UN IMPEGNO CONDIVISO

Il Codice di Condotta definisce, insieme al Codice Etico del Gruppo Mediobanca, i principi fondamentali alla base della reputazione del Gruppo bancario Mediobanca ("Gruppo") e i valori che ne ispirano la quotidiana operatività, descrivendo inoltre lo standard di comportamento richiesto a tutti i dipendenti e collaboratori di Compass Link ("l'Agente").

Approvazione e pubblicazione

L'amministratore Unico di Compass Link approva il Codice di Condotta del personale e dei collaboratori di Compass Link e i suoi aggiornamenti.

Compass Link adotta un proprio Codice di Condotta, in coerenza con i valori cardine e i principi espressi nell'analogo documento della Capogruppo Mediobanca.

La pubblicazione del Codice di Condotta sulla intranet dell'Agente, insieme alla normativa interna rilevante, viene notificata via mail a tutti gli interessati.

Responsabilità individuale

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

I Destinatari devono inoltre:

- ◆ rispettare la normativa esterna e interna applicabile alla loro attività o al loro ruolo;
- ◆ completare le iniziative di formazione sulla normativa rilevante;
- ◆ promuovere la diffusione di una cultura etica;
- ◆ segnalare prontamente eventuali violazioni e collaborare alle eventuali indagini di approfondimento.

L'Agente deve assicurarsi che i Destinatari mantengano gli standard etici e professionali più elevati.

Segnalazione delle violazioni

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

L'Agente ha istituito anche un canale dedicato, accessibile scrivendo a segnalazioni@compasslink.it per segnalazioni su disfunzioni dell'assetto organizzativo, del sistema dei controlli interni, irregolarità nella gestione dell'Agente e violazioni delle norme disciplinanti l'attività dello stesso.

D. Devo segnalare violazioni che riguardano un altro dipendente o collaboratore dell'Agente o un'altra società del Gruppo?

R. Sì, poiché comportamenti non professionali o contrari all'etica possono compromettere la fiducia dei clienti e del mercato, oltre a implicare potenziali conseguenze legali.

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

R. Tutti i Destinatari sono tenuti ad astenersi da condotte potenzialmente contrarie al Codice di Condotta, segnalando tempestivamente eventuali criticità tramite i canali predisposti dall'Agente, mantenendo la riservatezza della segnalazione.

Dovere di collaborazione

Le Autorità o le funzioni di controllo di Compass Banca o Mediobanca, potrebbero effettuare controlli o indagini per approfondire possibili violazioni della normativa interna o esterna.

Qualora i Destinatari siano coinvolti in questi approfondimenti, dovranno collaborare con la massima trasparenza, fornendo informazioni veritiere, complete e accurate. Nei rapporti con le autorità, dovranno anche:

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

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

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

Conseguenze della violazione del Codice di Condotta

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

In caso di violazioni del Codice e della normativa interna, possono essere previsti interventi sulla eventuale remunerazione non ricorrente e provvedimenti proporzionati a gravità, entità (compresa l'eventuale reiterazione) e rilevanza esterna dell'infrazione, fino allo scioglimento del mandato agenziale, o - nel caso di dipendenti - al licenziamento. Condotte contrarie alla normativa esterna saranno inoltre segnalate alle competenti Autorità.

Per saperne di più: Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01), Codice Etico del Gruppo Mediobanca
Normativa interna di riferimento

2. I VALORI CARDINE DEL GRUPPO

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

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

CORRETTEZZA ✓ Agire nel rispetto della lettera e dello spirito della normativa esterna e interna. ✓ Non compromettere integrità e onestà per raggiungere un risultato economico. ✓ Mantenere con tutti gli interlocutori rapporti basati su lealtà e onestà.	PROFESSIONALITÀ ✓ Migliorare continuamente le proprie competenze professionali. ✓ Favorire lo sviluppo di un ambiente di lavoro aperto e stimolante, che valorizzi i talenti.
TUTELA DEL CLIENTE ✓ Offrire un servizio di eccellenza ai clienti, anticipando le tendenze del mercato. ✓ Svolgere la propria attività considerando in primo luogo il miglior interesse del cliente, guadagnando e mantenendo la sua fiducia. ✓ Assicurare la massima riservatezza alle informazioni confidenziali.	RESPONSABILITÀ ✓ Considerare l'impatto economico, sociale e ambientale delle proprie decisioni. ✓ Tutelare e migliorare costantemente la reputazione del Gruppo.

Correttezza

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

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

- ◆ È conforme alla normativa esterna e interna?
- ◆ È conforme ai principi espressi nel Codice Etico?
- ◆ Sono certo che non possa essere percepita come inappropriata o non professionale?
- ◆ Sono pronto ad assumermi la responsabilità delle conseguenze della mia condotta?
- ◆ Sono certo che non possa in alcun modo provocare danno, anche reputazionale, all'Agente o alle altre società del Gruppo bancario Mediobanca?

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

In caso di dubbi, i Destinatari possono contattare l'Agente che a sua volta trasmetterà la richiesta alla Funzione Compliance di Compass Banca per ricevere supporto.

Professionalità

Professionalità significa migliorare continuamente le proprie competenze professionali. Per fare questo, i Destinatari devono comprendere e rispettare la normativa interna applicabile alle loro mansioni, completare tempestivamente le iniziative di formazione, nonché di aggiornamento professionale, e assicurarsi di rispettare i

requisiti e le certificazioni richieste dalla normativa esterna in relazione al ruolo ricoperto.

Tutela del cliente

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

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

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

Responsabilità

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

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

Per saperne di più: *Normativa interna di riferimento, procedure organizzative*

3. TUTELA DEL MIGLIOR INTERESSE DEL CLIENTE

L'Agente guadagna la fiducia dei clienti puntando alla tutela del loro miglior interesse nel lungo periodo e cercando di comprendere le loro esigenze con un'offerta di prodotti e servizi con modalità eccellenti. Tutti i rapporti con la clientela sono condotti seguendo i principi generali di diligenza, correttezza e professionalità.

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

Marketing e comunicazioni ai clienti

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

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

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

Le frodi e i tentativi a danno di clienti o di terzi devono essere prontamente segnalati dai Destinatari all'Agente e, nel caso di dipendenti, al rispettivo responsabile, che coinvolgerà la Funzione Audit di Gruppo/il referente delle attività esternalizzate per gli opportuni approfondimenti.

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

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

Vendita e distribuzione di prodotti/servizi

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

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

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

I Destinatari individuano il momento in cui i prodotti non rispondono più agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento, nonché alle circostanze relative al prodotto che aggravino il rischio di pregiudizio per il cliente.

Distributori terzi

Quando nel processo di distribuzione è coinvolto anche un terzo soggetto (che struttura il prodotto distribuito da Compass Link), i Destinatari devono verificare la sua reputazione, esperienza e procedure interne prima di concludere qualsiasi accordo commerciale. Gli accordi devono prevedere un flusso informativo tra il terzo e l'Agente e Compass Banca e prevedere in capo a ciascuno il rispetto degli obblighi derivanti dalla propria attività di ideatore o distributore.

Costi, oneri ed incentivi

In occasione dell'attività di promozione e offerta di servizi bancari e finanziari, i Destinatari devono fornire ai clienti le informazioni sui costi

ed oneri connessi, e devono inoltre fornire ai clienti le informazioni sui costi dei prodotti.

Usura

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

Richieste dei clienti e reclami

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

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

Per saperne di più: Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.

4. PROTEZIONE DEI DATI

Proteggere i dati che trattiamo, relativi a Compass Link, Compass o alle altre società del Gruppo bancario Mediobanca, ai Destinatari, ai clienti o alle controparti è un elemento critico per il successo dell'Agente, in quanto la perdita, la diffusione o l'accesso non autorizzati possono comportare un danno economico o reputazionale rilevante.

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

Sicurezza delle informazioni

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

L'unico canale autorizzato al trattamento dei dati è costituito dal sistema informativo (incluso l'indirizzo mail con dominio Compass Link, di seguito, e-mail agenziale). I sistemi e i dispositivi forniti possono essere usati solamente per finalità professionali, mentre i dispositivi personali non possono essere usati per trattare informazioni o dati ai fini professionali ovvero attinenti al mandato agenziale.

Tutte le comunicazioni effettuate attraverso i sistemi devono rispettare i principi del Codice di Condotta. Le comunicazioni possono essere registrate e i dati trasmessi possono essere analizzati – nei limiti previsti dalla normativa.

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

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

R. No, i sistemi informativi forniti devono essere utilizzati esclusivamente per finalità professionali ovvero attinenti al mandato agenziale. Tuttavia, è tollerato l'utilizzo di internet e dei servizi di posta accessibili via web per finalità personali, esclusivamente nella misura

in cui questo non interferisca con il regolare svolgimento delle attività professionali ovvero attinenti al mandato agenziale e siano comunque rispettati i principi del Codice di Condotta.

Protezione delle informazioni riservate

Le informazioni riservate comprendono tutto ciò che non è generalmente noto al pubblico sul Gruppo Mediobanca, Compass Banca, l'Agente, i Destinatari stessi, i clienti e le altre controparti.

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

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

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

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

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

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

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

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

L'Agente deve informare la Funzione Compliance di Compass Banca non appena i Destinatari sanno o hanno il ragionevole sospetto che un'informazione riservata sia stata utilizzata o trasmessa senza autorizzazione; i Destinatari devono attenersi alle eventuali istruzioni ricevute.

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

R. È necessario comunicarlo all'Agente che richiederà immediatamente a chi ha fornito le credenziali la revoca delle autorizzazioni e informerà la Funzione Compliance di Compass Banca.

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

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

Barriere informative

L'Agente ha previsto barriere informative, fisiche, organizzative e/o infrastrutturali, per limitare la circolazione di informazioni potenzialmente privilegiate e minimizzare il rischio di potenziali conflitti di interesse. Le barriere separano:

- ◆ aree cd. private, che tipicamente generano o trattano informazioni privilegiate e
- ◆ aree cd. public, che tipicamente non trattano informazioni privilegiate

I Destinatari devono – per quanto possibile – assicurare la tracciabilità dei contatti ammessi tra le aree private e quelle public, per rendere più agevole dimostrare la loro legittimità in caso di controlli successivi (anche da parte delle autorità).

Privacy

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

In particolare, i dati personali sono:

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

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

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

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

Per saperne di più: *Politica in materia di protezione dei dati personali; Normativa interna di riferimento Procedure organizzative.*

5. INTEGRITÀ DEL MERCATO

Operazioni personali su strumenti finanziari

L'operatività su strumenti finanziari effettuata a titolo personale dai Destinatari non deve comportare conflitti di interessi, anche apparenti, con l'Agente, Compass o altre società del Gruppo bancario Mediobanca, o con i suoi clienti / partner commerciali ovvero violare la normativa sugli abusi di mercato.

Sono previsti, inoltre, specifici vincoli all'operatività a titolo personale su strumenti finanziari emessi da Mediobanca in prossimità della pubblicazione dei dati contabili periodici.

Per saperne di più: Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01); Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.

6. GESTIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSI

Compass Link identifica e previene o gestisce situazioni di conflitto di interessi che potrebbero danneggiare gli interessi di un cliente, dell'Agente, di Compass o delle altre società del Gruppo bancario Mediobanca a vantaggio di un altro soggetto.

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

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

In base alla rilevanza dei potenziali conflitti, l'Agente adotta misure di gestione standard (es. barriere informative, indipendenza analisti di ricerca, supervisione di primo livello separata) e individua misure aggiuntive per situazioni specifiche.

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

D. Quali sono le fattispecie di conflitto rilevanti?

R. La normativa interna individua le fattispecie più tipiche di conflitto, sulla base dell'operatività dell'Agente. Tuttavia, poiché non è possibile individuare tutti i possibili casi di conflitto, se i Destinatari ritengono di aver individuato un potenziale conflitto, devono informare immediatamente l'Agente che provvederà a comunicarlo alla Funzione Compliance di Compass Banca.

Conflitti di interesse personali

I Destinatari devono segnalare immediatamente eventuali conflitti con interessi personali all'Agente che provvederà a comunicarli alla Funzione Compliance di Compass Banca, per assicurare la corretta e tempestiva adozione di eventuali presidi di mitigazione.

Oltre a segnalare immediatamente tutti i potenziali conflitti di tipo personale, i Destinatari devono richiedere una specifica

autorizzazione per l'acquisizione di interessi personali, quali partecipazioni in società non quotate e assunzione di incarichi in società esterne al Gruppo Mediobanca.

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

R. Poiché i rapporti di natura personale con potenziali clienti o controparti possono generare conflitti di interesse, occorre informare immediatamente l'Agente che provvederà a comunicarlo alla Funzione Compliance di Compass Banca, per l'individuazione delle eventuali azioni da intraprendere.

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

R. Sì, poiché un nuovo processo autorizzativo è richiesto in tutti i casi in cui una modifica in un interesse personale già detenuto possa incrementare il rischio di potenziali conflitti di interesse o di impatti reputazionali sull'Agente, su Compass o su una delle altre società del Gruppo bancario Mediobanca.

Per saperne di più: *Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.*

7. CONTRASTO ALLA CORRUZIONE

Compass Link acquisisce e mantiene le proprie relazioni commerciali esclusivamente sulla base delle specifiche esigenze del cliente, rifiutando qualsiasi condotta che sia o possa apparire volta a ottenere oppure a offrire vantaggi impropri.

I Destinatari sono tenuti a:

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

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

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

Il presidio dei rischi di corruzione è anche assicurato all'interno dei processi di adeguata verifica e selezione dei fornitori. Inoltre, per evitare il coinvolgimento indiretto in eventuali illeciti compiuti da terzi che ricevono un mandato dall'Agente, la selezione dei collaboratori prevede l'analisi reputazionale di questi soggetti.

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

Regali

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

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

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

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

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

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

Per saperne di più: Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01); Politica di Gruppo sulla sostenibilità; Direttiva di gruppo sui regali; Normativa interna di riferimento.

8. CONTRASTO AL RICICLAGGIO E AL FINANZIAMENTO DEL TERRORISMO

L'Agente contribuisce a tutelare il sistema economico e finanziario, adottando procedure e controlli per evitare che i prodotti o i servizi offerti siano impropriamente utilizzati per favorire i fenomeni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo.

A tutti i Destinatari è vietato partecipare a o facilitare in qualsiasi modo condotte di riciclaggio o finanziamento del terrorismo, che potrebbero comportare l'applicazione di sanzioni amministrative o penali nei confronti dei singoli Destinatari e dell'Agente, di Compass o delle altre società del Gruppo bancario Mediobanca oltre a ricadute sul profilo reputazionale.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Per saperne di più: Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.

9. CONTRASTO ALL'EVASIONE FISCALE

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

I Destinatari sono tenuti a:

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

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

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

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

Per saperne di più: Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01), Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.

10. GESTIONE DEL RISCHIO REPUTAZIONALE

L'eccellente reputazione di Compass Link, Compass e delle altre società del Gruppo bancario Mediobanca, basata sul rispetto dei suoi valori cardine, è un bene estremamente prezioso, da difendere in quanto un eventuale danno potrebbe avere conseguenze durature e difficili da rimediare.

I Destinatari devono sempre considerare l'impatto del loro comportamento sulla reputazione dell'Agente, di Compass e delle altre società del Gruppo bancario Mediobanca, anche sulla base dei rischi connessi a clienti, controparti e operazioni specifiche.

Rapporti con i clienti

L'associazione del nome di Compass Link, Compass o altre società del Gruppo Mediobanca con potenziali clienti o controparti implicati in attività illecite o non trasparenti può avere significative ricadute reputazionali sull'Agente, Compass o di altre società del Gruppo Mediobanca.

Pertanto, i Destinatari non devono entrare in relazione con soggetti che – sulla base di dati pubblicamente disponibili o di informazioni note in ragione della loro attività professionale o attinente al mandato agenziale – risultano non allineati al profilo reputazionale dell'Agente.

Nel corso del rapporto, i Destinatari sono inoltre tenuti a comunicare prontamente alle funzioni Compliance di Compass Banca e Group AML di Capogruppo tutte le informazioni aggiornate sul cliente che potrebbero avere un impatto reputazionale sull'Agente, su Compass o sulle altre società del Gruppo bancario Mediobanca.

D. Un ex-cliente vorrebbe riattivare i rapporti. Devo comunque segnalare gli articoli di stampa relativi a un suo potenziale coinvolgimento in attività illecite?

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

Newspaper Rule

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

D. La newspaper rule si applica anche alle email che invio nell'ambito della mia attività professionale o attività attinente al mandato agenziale?

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

Attività personali

I Destinatari devono evitare tutti i comportamenti che potrebbero mettere in discussione la loro integrità e onestà, anche al di fuori dell'attività professionale o attinente al mandato agenziale, poiché possono avere un impatto sulla reputazione dell'Agente, di Compass o delle altre società del Gruppo bancario Mediobanca. Clienti, controparti e il pubblico possono percepire, infatti, i Destinatari come rappresentanti dell'Agente, di Compass o delle altre società del Gruppo bancario Mediobanca, anche quando essi non stanno svolgendo la loro attività professionale o attinente al mandato agenziale.

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

Segnalazione di eventi rilevanti

I Destinatari devono dare immediata informativa qualora siano a conoscenza di o siano coinvolti in un evento che possa comportare un rischio reputazionale per l'Agente, Compass o le altre società del Gruppo bancario Mediobanca, e attenersi alle eventuali istruzioni ricevute. La notifica è richiesta, in particolare, se un Destinatario, con

riferimento all'attività svolta a favore dell'Agente ovvero nell'ambito del mandato agenziale:

- ◆ è coinvolto in un procedimento giudiziario o sanzionatorio penale;
- ◆ è coinvolto in un'indagine, ispezione o richiesta dell'autorità con riferimento all'attività svolta a favore dell'Agente ovvero nell'ambito del mandato agenziale;
- ◆ riceve un reclamo da parte di un cliente o di una terza parte.

Per saperne di più: Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.

11. USO DEI BENI FORNITI PER LO SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITÀ

I beni forniti per l'attività professionale o attinente al mandato agenziale sono le risorse utilizzate dall'Agente per lo svolgimento della propria attività e la loro protezione consente di preservare il vantaggio competitivo di Compass Link sul mercato. Pertanto il loro utilizzo deve essere ispirato a principi di integrità, correttezza e responsabilità.

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

Le frodi e i tentativi a danno dell'Agente devono essere prontamente segnalati dai Destinatari all'Agente, che coinvolgerà la Funzione Audit di Gruppo per gli opportuni approfondimenti.

Sicurezza della sede

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

Tutela dell'ambiente

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

- ◆ il monitoraggio e la razionalizzazione dei consumi;
- ◆ il miglioramento della gestione energetica e dei rifiuti;
- ◆ la manutenzione degli immobili e degli impianti;

- ◆ una campagna di sensibilizzazione sull'uso responsabile delle risorse.

Per saperne di più: *Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.*

12. COMUNICAZIONE E POTERI DI RAPPRESENTANZA

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

Informativa al pubblico

L'Agente ha individuato i soggetti autorizzati a fornire informazioni al pubblico e a mantenere i rapporti con i mezzi di comunicazione.

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

- ◆ rispondere a richieste dei media o prendere contatti con essi;
- ◆ fornire informazioni sull'Agente o, comunque, connesse alla propria attività professionale o attinente il mandato agenziale tramite social network o altri siti internet aperti al pubblico.

Conservazione dei documenti

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

Comunicazioni interne

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

Poteri di rappresentanza

Il potere di rappresentare l'Agente spetta all'Amministratore Unico e al personale al quale ne sia stata espressamente conferita la facoltà.

Prima di firmare qualsiasi documento a nome dell'Agente, i Destinatari devono accertarsi di averne i poteri e verificare l'eventuale necessità di ulteriori autorizzazioni.

Per saperne di più: Statuto, Regolamento di Gruppo, Delibera sulla rappresentanza sociale; Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.

13. GESTIONE DEI DIPENDENTI E COLLABORATORI

Compass Link valorizza le capacità individuali, è ispirato alla reciproca fiducia e alla collaborazione nel rispetto della personalità e della dignità di ciascuno.

Le capacità e la correttezza professionali dei dipendenti e dei collaboratori costituiscono il patrimonio fondamentale dell'Agente e il presupposto per la sua efficienza e competitività.

Gestione dei dipendenti e collaboratori

L'Agente riconosce il ruolo strategico e la centralità dell'aggiornamento professionale, favorendo in maniera continua e permanente la formazione, con iniziative consone alle funzioni ricoperte e adeguate ai livelli di preparazione ed esperienza richiesti dalle responsabilità affidate, anche nel rispetto di quanto previsto dalle Autorità di Vigilanza.

Pari opportunità, discriminazione, molestie e mobbing

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

La diversità è un bene importante, che amplia gli orizzonti culturali e consente all'Agente di offrire servizi migliori ai clienti. Per raggiungere l'eccellenza è necessario creare un ambiente inclusivo che accoglie e sostiene le differenze e incoraggia le diversità di veduta.

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

I Destinatari che subissero o assistessero a fenomeni di discriminazione, molestie o mobbing devono segnalare prontamente questi comportamenti alla Direzione Centrale Risorse Umane di Compass Banca. Le segnalazioni saranno gestite con riservatezza e senza ritorsioni o discriminazioni sui soggetti coinvolti.

Gestione delle lamentele interne

L'Agente promuove un approccio di comunicazione aperta e invita i Destinatari a risolvere qualsiasi difficoltà riscontrata con il diretto interessato, attraverso una discussione informale. Qualora questo approccio non porti a una soluzione soddisfacente, è stato istituito un processo dedicato per le lamentele interne, che prevede il coinvolgimento della Direzione Centrale Risorse Umane di Compass Banca.

Salute e sicurezza della sede dell'Agente

Compass Link, consapevole dell'importanza delle condizioni di salute e sicurezza, mette in atto le necessarie azioni preventive e di monitoraggio per preservare salute e sicurezza dei Destinatari e dei terzi che frequentano la sede dell'Agente.

Lasciare Compass Link

I Destinatari sono tenuti a rispettare alcuni obblighi e divieti anche dopo che la loro relazione professionale, con Compass Link è cessata ovvero successivamente allo scioglimento del mandato agenziale.

In particolare, i Destinatari sono tenuti a:

- ◆ restituire tutti i beni forniti per l'attività professionale o attinente al mandato agenziale di cui siano in possesso;
- ◆ mantenere – nei limiti previsti dalla normativa applicabile - la confidenzialità di tutte le informazioni riservate di cui sono in possesso;
- ◆ astenersi dall'operatività su strumenti finanziari se in possesso di informazioni privilegiate sugli emittenti;
- ◆ fornire collaborazione a qualsiasi controversia legale, richiesta o indagine proveniente dalle autorità, relative alla propria

attività professionale ovvero attinente al mandato agenziale presso Compass Link.

Per saperne di più: Modello di organizzazione, gestione e controllo (ai sensi dell'art. 6 d.lgs. 231/01); Direttiva di gruppo su comportamenti vessatori, bullismo e molestie; Normativa interna di riferimento; Procedure organizzative.

14. RAPPORTI CON I FORNITORI

Compass Link si affida a fornitori che condividono i Valori Cardine e i principi dell'Agente e del Gruppo Mediobanca, sviluppando relazioni sinergiche improntate a correttezza, trasparenza e collaborazione.

Selezione e gestione dei fornitori

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

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

D. Ho appreso dalla stampa che un importante fornitore dell'Agente sarebbe coinvolto in un caso di riciclaggio. Devo fare qualcosa?
R. Dovresti segnalare immediatamente la circostanza a Group Expense Management di Capogruppo se si tratta di fornitore di Gruppo, oppure alla Funzione Group AML perché siano attivati gli approfondimenti necessari.

Tutela dei diritti di proprietà industriale e intellettuale

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

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

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