

CODICE ETICO

TRADE LAB Srl

TRADE LAB EDITORIA Srl

METRICA RICERCHE Srl

MILANO 17 Aprile 2019

INDICE

1.	PREMESSA	3
2.	CONTENUTI	3
3.	LA STORIA DEL GRUPPO TL	3
4.	LA MISSIONE	3
5.	CORPORATE GOVERNANCE	4
6.	LE LINEE GUIDA VERSO I PORTATORI DI INTERESSE	4
7.	VERSO I CLIENTI	5
8.	VERSO I FORNITORI	6
9.	VERSO LA COMUNITÀ E LE ISTITUZIONI	6
10.	I VALORI DEL GRUPPO TL	7
11.	VERSO I DIPENDENTI E I COLLABORATORI.....	8
12.	I COMPORTAMENTI VIETATI	9
13.	SANZIONI PREVISTE PER LA VIOLAZIONE DEL PRESENTE CODICE ETICO	9
14.	ATTUAZIONE, DIFFUSIONE, AGGIORNAMENTO E MODALITÀ DI CONTROLLO DEL CODICE ETICO.....	10

1. PREMESSA

Il presente Codice Etico è redatto e adottato da Trade Lab Srl e da tutte le Società afferenti in parte o integralmente a Trade Lab Srl, e che alla data di adozione del presente Codice Etico sono: Trade Lab Srl, Trade Lab Editoria Srl e Metrica Ricerche Srl.

2. CONTENUTI

Il Codice Etico evidenzia gli impegni e le responsabilità, nella conduzione degli affari, assunti dal Gruppo Trade Lab Srl verso tutti i portatori di interesse nella convinzione che l'etica sia un valore fondante per lo sviluppo e il successo d'impresa.

L'insieme delle regole di condotta di questo Codice Etico è parte integrante del modello di prevenzione della attività quotidiana prestata da ciascun collaboratore e ciò anche per prevenire i comportamenti illeciti che hanno ispirato il decreto legislativo 231/01 e successive modificazioni e integrazioni.

I destinatari del Codice Etico sono i dipendenti, tutti i collaboratori e gli Amministratori delle società di Trade Lab Srl, i consulenti, i fornitori e ogni terzo che abbia rapporti con tali società, sono tutti tenuti a conoscerlo e osservarlo.

3. LA STORIA DEL GRUPPO TL

Il Gruppo si è formato nel corso degli ultimi venti anni:

Trade Lab Srl è stata fondata nel 1999 da cinque docenti universitari con una consolidata esperienza nel marketing e nella gestione dei rapporti di canale per fornire un supporto alle imprese sia su problematiche di natura strategica, sia su soluzioni di carattere operativo. Dopo aver condiviso un percorso comune all'interno del Cescom (Centro di studi sul Commercio dell'Università Bocconi di Milano), i soci fondatori hanno deciso di mettere le loro competenze al servizio delle imprese clienti.

Trade Lab Editoria è stata fondata da Trade Lab nel 2012 con un focus sulle problematiche distributive nel settore della Editoria.

Metrica Ricerche è stata fondata da Trade Lab nel 2017 con lo scopo di offrire al mercato ricerche attraverso survey per indagare in modo diretto e mirato i fattori che determinano e spiegano fenomeni, comportamenti e azioni.

4. LA MISSIONE

La nostra missione è supportare le imprese clienti nell'affrontare le sfide manageriali che il mercato pone: sulla base di innovative chiavi di lettura dei fenomeni in essere e dei trend, i nostri consulenti individuano le migliori soluzioni per affrontare il cambiamento richiesto, e definiscono, insieme al management aziendale, gli impatti delle soluzioni condivise su processi, funzioni e assetti organizzativi.

Lo spirito imprenditoriale, la tensione al risultato, la centralità del cliente, il coraggio nell'indicare la soluzione migliore tra le possibili, il controllo di tutti i processi e l'orientamento all'innovazione costituiscono l'approccio e i valori del gruppo Trade Lab e sono patrimonio di tutti i collaboratori del Gruppo.

Il Codice Etico del gruppo Trade Lab raccoglie e descrive i valori comuni a tutti i professionisti che vi operano con il medesimo spirito e con la certezza che senza etica le attività svolte siano un modesto tentativo di ricerca del successo.

5. CORPORATE GOVERNANCE

Il Gruppo Trade Lab adotta un sistema di Corporate Governance che vede il CDA delle società come primaria sede di governo e gestione.

La circolazione delle informazioni all'interno del Gruppo, ai fini della redazione del bilancio e ai fini di garantire ai soci un'immagine chiara della situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo, deve avvenire conformemente ai principi di veridicità, lealtà, correttezza, completezza, chiarezza, trasparenza e prudenza, nel rispetto dell'autonomia di ciascuna società e degli specifici ambiti di attività.

Tutti i dipendenti e i collaboratori del Gruppo devono evitare situazioni e attività che possano contrapporre un interesse personale agli interessi dell'azienda o che possano interferire e intralciare la capacità di assumere decisioni per il Gruppo.

Trasparenza verso il mercato

Il Gruppo persegue la propria missione assicurando la piena trasparenza delle scelte effettuate, e per questo il Gruppo:

- Garantisce veridicità, accuratezza, completezza e chiarezza sia delle informazioni elementari sia dei prospetti contabili.
- Presta particolare cura nella diffusione di comunicazioni rilevanti per la vita del Gruppo che possano incidere in modo significativo sull'andamento del business, sulla sua credibilità e sulla sua affidabilità.
- Chiunque venisse a conoscenza di possibili omissioni, falsificazioni, irregolarità nella tenuta della contabilità e della documentazione di base, o comunque di violazioni dei principi fissati dal presente Codice Etico è tenuto a riferirne tempestivamente.

Controllo delle informazioni

L'Amministratore Delegato di Trade Lab e gli Amministratori di tutte le società del Gruppo sono responsabili di un adeguato trattamento delle informazioni riservate.

Nella gestione delle informazioni in nessun caso dovranno essere adottati comportamenti che possano favorire fenomeni che abbiano quale conseguenza il depauperamento del patrimonio aziendale o siano volti ad arrecare indebiti vantaggi personali o a terzi.

6. LE LINEE GUIDA VERSO I PORTATORI DI INTERESSE

Ci sono tre principi generali validi per tutti gli interlocutori: il rispetto della riservatezza, la trasparenza della comunicazione esterna e il divieto di fare doni volti ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di attività collegabili al gruppo Trade Lab.

Rispetto della riservatezza

Le informazioni relative a tutti gli stakeholder del Gruppo sono trattate dal gruppo Trade Lab nel pieno rispetto della riservatezza. La violazione dei doveri di riservatezza da parte di dipendenti o collaboratori inficia gravemente il rapporto fiduciario con il Gruppo e può determinare l'applicazione di sanzioni disciplinari o contrattuali.

Tutti coloro che operano a qualsiasi titolo per conto del Gruppo sono tenuti a mantenere la massima riservatezza (e quindi a non divulgare o richiedere indebitamente informazioni) sui progetti per i clienti, sul know-how, sulle attività aziendali e, in generale, su tutte le informazioni apprese in ragione del proprio lavoro. Costituiscono inoltre informazioni riservate tutte le notizie la cui diffusione e utilizzazione possa provocare un pericolo o un danno al Gruppo o ai suoi clienti e/o un indebito guadagno del dipendente.

Trasparenza della comunicazione esterna

La comunicazione del Gruppo verso i propri portatori di interesse è improntata al rispetto del diritto all'informazione; in nessun caso è consentito divulgare notizie riservate o commenti falsi o tendenziosi. Ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole e le pratiche di condotta professionale ed è realizzata con trasparenza e tempestività, salvaguardando i segreti industriali. In particolare, il Gruppo non diffonde alcuna notizia sui clienti che segue, se non in maniera concordata con il cliente.

Regali, omaggi e benefici

Non è ammessa alcuna forma di dono (ricevuto o offerto) che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque volta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile al gruppo Trade Lab o come un tentativo di indurre un soggetto a dare o promettere una indebita utilità. In particolare, è vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici, consulenti, consiglieri del Gruppo e sue controllate, Sindaci, o loro famigliari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Gli omaggi del gruppo TL si caratterizzano per il valore simbolico. I collaboratori del gruppo Trade Lab che ricevano omaggi non allineati alle tipologie consentite sono tenuti a segnalarlo.

7. VERSO I CLIENTI

Assenza di discriminazioni e pregiudizi

Il Gruppo si impegna a non discriminare i propri clienti. Le società del gruppo Trade Lab sono disponibili a prestazioni professionali per qualsiasi soggetto, impresa o ente che la contatti, purché l'oggetto dell'incarico non sia in conflitto di interessi con altri progetti già in corso per clienti e i comportamenti del cliente non violino i principi del presente Codice Etico.

Riservatezza e imparzialità

Le attività svolte dalle società del gruppo sono basate sull'utilizzo di informazioni: una stretta regolamentazione nella circolazione dell'informazione contrasta con le caratteristiche di apprendimento continuo e di creatività che sono proprie della nostra professione.

Pertanto, l'attenzione alla riservatezza e l'utilizzo imparziale delle informazioni di cui entriamo in possesso sono principi di fondo. In particolare, consideriamo l'informazione un *asset* aziendale dei nostri clienti e nostro. È dovere di tutti proteggerla da attacchi maliziosi e da rilasci inconsapevoli, adottando comportamenti attenti e responsabili e rispettando le policy aziendali.

Stile di comportamento di dipendenti e collaboratori

Lo stile di comportamento del Gruppo nei confronti dei clienti è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità. I dipendenti e i collaboratori si asterranno da comportamenti e dichiarazioni che possano ledere l'immagine del Gruppo.

8. VERSO I FORNITORI

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per il gruppo Trade Lab e alla concessione di pari opportunità per ogni fornitore. Le relazioni con i fornitori sono fondate su comportamenti precontrattuali e contrattuali di reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

Nell'ipotesi che il fornitore, nello svolgimento della propria attività per il Gruppo, adotti comportamenti non in linea con i principi generali del presente Codice, e insista, ad esempio, per ricevere o farsi promettere di ricevere una utilità indebita, le società del gruppo Trade Lab sono legittimate a prendere opportuni provvedimenti, tra cui, senza pretesa di completezza, interrompere le relazioni in essere o precludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

9. VERSO LA COMUNITÀ E LE ISTITUZIONI

Nei rapporti con Autorità, Pubbliche Amministrazioni e altri soggetti portatori di interessi collettivi. Il Gruppo intrattiene e gestisce rapporti nel rispetto delle leggi e delle normative vigenti, oltre che dei principi fissati nel presente Codice Etico e nelle policy aziendali. In particolare, con pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio - che operino per conto della Pubblica Amministrazione, centrale e/o periferica - nonché con partner privati concessionari di un pubblico servizio, i rapporti sono improntati in modo da non compromettere l'integrità e la reputazione di entrambe le parti o la commissione di illeciti giuridicamente rilevanti o anche solo di comportamenti che possano essere interpretati come pressioni per indurre a dare o promettere una indebita utilità.

In caso di partecipazione a gare indette dalla Pubblica Amministrazione, il Gruppo si impegna a seguire l'iter per la partecipazione alla procedura di gara in modo corretto, nel rispetto della legge, delle norme del presente Codice Etico e delle policy aziendali. Il gruppo Trade Lab si astiene dal fornire qualsiasi contributo, diretto o indiretto, sotto qualsiasi forma, a partiti, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, a loro rappresentanti e candidati.

Politica ambientale

Il gruppo Trade Lab limita il proprio impatto sull'ambiente. Prestiamo attenzione all'utilizzo delle risorse materiali, in particolare energia e carta, per contribuire alla salvaguardia dell'ambiente per le generazioni future. La pianificazione e la realizzazione delle sedi del Gruppo tengono e terranno conto di meccanismi

di risparmio delle risorse.

10. I VALORI DEL GRUPPO TL

La creazione di valore

Perseguire l'eccellenza nel servire i clienti con l'obiettivo di creare valore per i soci e i portatori di interesse del Gruppo, in primo luogo i collaboratori.

L'eccellenza professionale e il coraggio intellettuale.

Indicare al cliente la soluzione migliore tra le possibili.

Essere orientati ai risultati. I nostri progetti creano valore grazie all'impatto tangibile sull'azienda cliente.

Scommettere unicamente sulla competenza per sviluppare strategie vincenti interpretando il cambiamento con determinazione.

La dedizione al cliente

Creare un sincero spirito di partnership con i clienti, per dividerne problemi e attese: le sfide al cambiamento che intraprendono i nostri clienti diventano una partnership per noi solidale e di riferimento costante.

Coinvolgere l'intera struttura aziendale nello sviluppo e nel successo dei nostri interventi e stabilire con i nostri clienti rapporti di fiducia capaci di durare nel tempo.

La professionalità

Interpretare la professione con spirito imprenditoriale, facendo proprie le attese del cliente e condividendone le sfide.

Lavorare rispecchiando il nostro animo imprenditoriale: senza gerarchie rigide, in squadra. Chiedendo ai collaboratori che siano intraprendenti e orientati al successo, e assicurando loro gli strumenti e le competenze necessari per dare il meglio di sé.

Utilizzare l'esperienza accumulata lavorando con aziende leader nei settori in cui la tecnologia è un fattore critico, per lanciare iniziative imprenditoriali sinergiche con il *core business* e che rappresentano per tutti i dipendenti nuove occasioni di crescita nel Gruppo.

Le persone e il loro talento sono alla base del successo del Gruppo.

Favorire un ambiente di lavoro privo di pregiudizi che rispetti la personalità e la dignità di ciascuno.

Utilizzare politiche di gestione e sviluppo dei collaboratori trasparenti ed eque.

Trasparenza, correttezza e lealtà

Diffondere regole chiare su diritti, doveri e responsabilità verso tutti i portatori di interesse, attraverso policy e contratti trasparenti e condivisi.

Essere chiari, corretti e tempestivi nella comunicazione dei risultati economici e finanziari.

Rispettare le normative che regolano la concorrenza.

Rispettare le leggi coerentemente ai principi fissati in questo Codice Etico e alle procedure interne, attivando rapporti trasparenti e di collaborazione con le Autorità e Istituzioni.

Senso di appartenenza

Essere orgogliosi di lavorare per il gruppo Trade Lab, condividere i medesimi obiettivi, avere lo stesso spirito di sincera dedizione verso il cliente e mostrare sempre tensione e passione per le cose ben fatte.

Generare le soluzioni per i nostri clienti attraverso la collaborazione, l'ascolto reciproco e la valorizzazione del contributo di ciascun membro del team di lavoro, condividendo in maniera sistematica le esperienze maturate e il know-how generato.

11. VERSO I DIPENDENTI E I COLLABORATORI

Selezione del personale

Il Gruppo Trade Lab ha la capacità di integrare culture, discipline ed esperienze diverse e ciò costituisce il tratto distintivo di chi lavora con noi e rappresenta un valore unico per il cliente. Per questo, nella scelta dei collaboratori si privilegiano i criteri di competenza e di merito, senza considerare età, sesso, discendenza e credo religioso.

Costituzione del rapporto di lavoro

Ogni offerta di lavoro nel gruppo Trade Lab è esplicitata con tutte le informazioni necessarie affinché il candidato possa accettare avendo effettivamente compreso l'incarico e le condizioni contrattuali di ingaggio.

Gestione del personale

L'obiettivo principale nella gestione dei collaboratori è promuovere lo sviluppo professionale, investendo nei sistemi di valutazione, gestione e formazione. La gestione del personale del Gruppo Trade Lab è improntata alla trasparenza e si basa su un sistema di comunicazione interna teso a garantire il coinvolgimento. Le promozioni avvengono puramente sulla base del merito e del contributo apportato al Gruppo. È evitata qualsiasi forma di discriminazione nei confronti di dipendenti e collaboratori. Monitoriamo che l'ambiente di lavoro sia privo di pregiudizi e che ogni individuo sia trattato con rispetto, senza alcuna intimidazione, evitando indebiti disagi e condizionamenti.

Sicurezza e salute

Il Gruppo è attento a prevenire ogni comportamento colposo o doloso che possa provocare danni alla salute delle persone. Nell'esercizio della attività imprenditoriali, si tutela la sicurezza e la salute dei lavoratori nei luoghi di lavoro con idonea formazione e informazione.

Tutela della privacy

Il gruppo Trade Lab tutela la *privacy* dei propri dipendenti e collaboratori, in conformità a quanto previsto

dalla legge. Non diffonde i dati personali a terzi senza previo consenso dell'interessato. Non indaga sulle idee e, in generale, sulla vita privata di alcuno.

12. I COMPORAMENTI VIETATI

Verso tutti gli interlocutori è vietato:

- Discriminare arbitrariamente nella scelta dei clienti da assistere, nella selezione dei dipendenti, nella scelta delle informazioni da comunicare, nella scelta dei fornitori.
- Violare i doveri di riservatezza delle informazioni confidenziali del Gruppo e di terze parti.
- Comunicare notizie e commenti falsi o tendenziosi.
- Fare o ricevere doni che possano essere interpretati come eccedenti le normali pratiche commerciali o di cortesia.
- Promettere o dare a un interlocutore, per lui o per un terzo, una utilità non dovuta in cambio di un qualsiasi suo atto a vantaggio o nell'interesse del Gruppo.
- Contrapporre un interesse personale agli interessi dell'azienda.
- Utilizzare non autorizzati beni aziendali per uso personale.
- Non rispettare i corretti principi contabili e, più in generale, i criteri di veridicità, concretezza e trasparenza in tutte le comunicazioni (bilanci, rapporti economici, presentazioni di offerta, etc.).
- Omettere informazioni la cui comunicazione è imposta dalla legge e/o che appaiono necessarie per la valutazione della situazione societaria dei soggetti sottoposti alla vigilanza e alla revisione.
- Occultare informazioni concernenti la situazione economica, patrimoniale o finanziaria della società, ostacolando l'attività di controllo e di revisione.
- Aumentare o diminuire fittiziamente il valore del patrimonio aziendale, arrecando danno ai creditori.
- Restituire, anche in via simulata, i conferimenti dei soci o liberare gli stessi dall'obbligo di eseguirli; ripartire gli utili o erogare acconti sugli utili non effettivamente conseguiti o destinati a riserva.
- Promettere o dare a un pubblico ufficiale, per lui o per un terzo, una retribuzione non dovuta in denaro o altra utilità in cambio di un atto del suo ufficio necessario per l'avanzamento del Gruppo nella procedura di gara.
- Indurre, con artifici o raggiri, lo Stato o altro ente pubblico in errore al fine di favorire l'avanzamento del Gruppo nella procedura di gara.
- Ripartire i beni sociali tra i soci prima del pagamento dei creditori sociali, accantonare somme necessarie a soddisfarli che cagionino danno ai creditori.

13. SANZIONI PREVISTE PER LA VIOLAZIONE DEL PRESENTE CODICE ETICO

La violazione dei principi e dei comportamenti indicati nel Codice Etico compromette il rapporto fiduciario tra il Gruppo e i propri Amministratori, dipendenti, consulenti, collaboratori, clienti e fornitori.

Tali violazioni saranno dunque perseguite dal Gruppo attraverso provvedimenti disciplinari adeguati, indipendentemente dall'eventuale rilevanza penale di tali comportamenti e dall'instaurazione di un procedimento penale nei casi in cui essi costituiscano reato.

Con riguardo a fornitori, collaboratori e consulenti esterni, il Gruppo potrà inserire nei rispettivi contratti clausole risolutive espresse con riferimento all'ipotesi di violazione del presente Codice Etico. L'irrogazione delle sanzioni per le violazioni del Codice Etico è assicurata dal Presidente del CDA competente.

14. ATTUAZIONE, DIFFUSIONE, AGGIORNAMENTO E MODALITÀ DI CONTROLLO DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico è stato adottato dal Consiglio di Amministrazione di Trade Lab Srl in data 17 aprile 2019 e sarà recepito da tutte le società del Gruppo quale strumento di gestione ed elemento effettivo della strategia e dell'organizzazione aziendale.

Il Consiglio di Amministrazione e il management aziendale hanno il compito di verificare l'attuazione e l'applicazione del Codice Etico.

Diffusione

Gli Amministratori delle società del Gruppo sono responsabili della diffusione del Codice Etico a tutti i dipendenti e i collaboratori, curando la loro formazione in merito, anche con successivi incontri di aggiornamento. Il Codice Etico è disponibile sui siti delle società del gruppo e per chiunque desideri consultarlo.

Aggiornamento

È demandata ai CDA delle società del gruppo Trade Lab la responsabilità di segnalare la necessità di aggiornamenti e suggerire integrazioni del presente Codice Etico.