



<b>PROGETTO</b>	<b>AGGIORNAMENTO E REVISIONE DEL MODELLO 231 DI MAILUP S.P.A.</b>
<b>DOC. NUM.</b>	<b>4</b>
<b>STATO</b>	<b>DEFINITIVO</b>
<b>DATA</b>	<b>19 AGOSTO 2020</b>
<b>NUM. COPIE</b>	<b>1 ELETTRONICA</b>

**MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO  
ADOTTATO AI SENSI DEL D. LGS. 231/01**

**CODICE ETICO**

<b>DESTINATARI</b>	
<b>FUNZIONE</b>	<b>NOME</b>
<b>REFERENTE INTERNO</b>	<b>GIANMARCO DE FILIPPI</b>
<b>COMITATO GUIDA</b>	<b>STEFANO SARTO</b>
	<b>GIANMARCO DE FILIPPI</b>
	<b>GAIA MENONI</b>

I destinatari del presente documento sono autorizzati all'utilizzo dello stesso limitatamente per le finalità di esecuzione dell'incarico progettuale e nel solo ambito di MailUp S.p.A.  
Questo documento non potrà essere da Voi utilizzato per altri fini diversi da quelli previsti nell'ambito dell'incarico, né è permessa la divulgazione a terzi non destinatari dei documenti stessi.

## INDICE

1	INTRODUZIONE .....	3
2	I DESTINATARI DEL CODICE ETICO .....	3
3	I VALORI ETICI GENERALI E FONDAMENTALI.....	4
4	I PRINCIPI ETICI DI COMPORTAMENTO .....	6
4.1	PRINCIPI A TUTELA DELL'INDIVIDUO .....	6
4.2	PRINCIPI A TUTELA DELLE RISORSE UMANE E A SOSTEGNO DELLA POLITICA DELL'OCCUPAZIONE.....	7
4.3	PRINCIPI A TUTELA DELLA COLLETTIVITÀ .....	7
4.4	PRINCIPI A TUTELA DEI RAPPORTI ECONOMICI .....	8
4.5	PRINCIPI A TUTELA DEL PATRIMONIO AZIENDALE.....	9
4.6	PRINCIPI IN MATERIA DI OMAGGI, CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI .....	9
4.7	PRINCIPI A TUTELA DELLO STATO E DELLE PUBBLICHE AUTORITÀ .....	10
5	LA SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI AL CODICE ETICO .....	11
6	IL SISTEMA DISCIPLINARE E SANZIONATORIO .....	11
7	L'ADOZIONE E DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO.....	12

## 1 INTRODUZIONE

MailUp S.p.A. (di seguito “MailUp” o Società) ritiene che la diffusione dei propri principi etici e dei propri valori costituisca il primo fondamento per conservare ed accrescere la propria reputazione.

La reputazione della Società dipende dal comportamento del personale, pertanto, i dipendenti ed i collaboratori di MailUp sono chiamati a contribuire all’affermazione di una cultura societaria che legittimi la Società come realtà imprenditoriale capace di perseguire la sua missione, senza pregiudicare al tempo stesso il benessere della comunità in cui è inserita e i diritti di Soci, Azionisti, Risorse Umane, Clienti e Fornitori.

Il Codice Etico, approvato dal Consiglio di Amministrazione di MailUp e parte integrante e sostanziale del Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001, contiene i valori generali di natura etica che, insieme alle prescrizioni legali, regolamentari e contrattuali, rappresentano le indicazioni che si devono declinare nei principi comportamentali e nei protocolli di controllo a presidio dei rischi-reato presentati nelle Parti Speciali del Modello.

I principi etici di comportamento, contenuti all’interno del presente documento, caratterizzano pertanto l’attività della Società, guidano l’organizzazione aziendale, nel senso di dare un’indicazione programmatica che ha natura vincolante.

In coerenza con quanto previsto dalle Linee Guida di Confindustria, la scelta adottata da MailUp è stata quella di affiancare a valori etici di portata più ampia e generali, un insieme di principi etici che rispondono alle specifiche prescrizioni contenute nel Decreto Legislativo e sono finalizzati a prevenire, in particolare, la commissione dei reati previsti dallo stesso.

Il Codice Etico è dunque strutturato in una prima parte contenente i valori etici generali e fondamentali, seguita dai principi etici di comportamento relativi alle fattispecie di reato ritenute rilevanti per la Società.

## 2 I DESTINATARI DEL CODICE ETICO

Sono destinatari (di seguito i “Destinatari”) del Codice Etico di MailUp e si impegnano al rispetto del suo contenuto:

- gli amministratori e i dirigenti della Società (cosiddetti soggetti *apicali*);
- i dipendenti della Società (cosiddetti soggetti interni *sottoposti ad altrui direzione*).

In forza di specifica accettazione o in forza di apposite clausole contrattuali possono essere destinatari di specifici obblighi per il rispetto del contenuto del Codice Etico i seguenti soggetti esterni (di seguito i “Soggetti Esterni”):

- i collaboratori, i consulenti e in generale i soggetti che svolgono attività di lavoro autonomo;
- i fornitori e i partner (anche sotto forma di associazione temporanea di imprese, comprese le società di somministrazione di lavoro nonché di joint-venture);

nella misura in cui essi operino per conto o nell'interesse di MailUp nell'ambito delle aree di attività individuate come sensibili all'interno del Modello di Organizzazione, gestione e controllo.

Ciascun dipendente di MailUp, indipendentemente dalla posizione o dallo status, è chiamato ad agire nel rispetto del presente Codice Etico, delle politiche del Gruppo MailUp e delle normative nazionali e internazionali vigenti e a non avvalersi della collaborazione di terzi per compiere azioni che, in qualità di dipendente, avrebbe la proibizione di espletare direttamente.

Il rispetto dei principi contenuti all'interno del Codice Etico, infatti, è un dovere morale dei Destinatari al fine di garantire che il perseguimento degli obiettivi aziendali sia sempre guidato dai valori fondamentali dell'integrità, della trasparenza, della legalità, dell'imparzialità e della prudenza, nel pieno rispetto delle prescrizioni di legge.

In particolare, agli stessi Destinatari viene chiesto di:

- conformare i propri comportamenti a quanto previsto nel Codice Etico;
- informare immediatamente l'Organismo di Vigilanza (di seguito anche "OdV") di eventuali violazioni dei principi etici di comportamento, non appena essi ne vengano a conoscenza, beneficiando dell'anonimato e della riservatezza garantiti – nei limiti di legge – dall'OdV su ogni informazione concernente il soggetto segnalante al fine di preservarlo da eventuali ritorsioni;
- richiedere, qualora siano necessarie, interpretazioni o chiarimenti sui principi etici di comportamento definiti di seguito.

MailUp si impegna alla diffusione del Codice Etico tra i Destinatari, al suo periodico aggiornamento e ne favorisce la piena applicazione.

### 3 I VALORI ETICI GENERALI E FONDAMENTALI

Nel raggiungimento dei propri obiettivi e di quelli alla base del D. Lgs. 231/2001, MailUp riconosce, i seguenti valori etici generali rendendoli vincolanti per i Destinatari:

- **Integrità:** le attività sono gestite in maniera professionale e responsabile, al fine dirimere le situazioni in cui possono manifestarsi potenziali conflitti, assicurando che i comportamenti siano caratterizzati da onestà, moralità e correttezza e come tali siano percepiti;
- **Trasparenza:** nei rapporti interni ed esterni a MailUp che si intrattengono con i diversi interlocutori è garantito l'impegno a fornire informazioni chiare, complete, tempestive e veritiere. Ogni comunicazione da parte di MailUp verso l'esterno

deve essere veritiera, chiara, trasparente, non strumentale, conforme alle politiche ed ai programmi della Società;

- **Legalità:** i comportamenti sono vincolati, nella fase di decisione e di attuazione, nel pieno rispetto delle procedure interne, di tutte le norme vigenti, nazionali ed internazionali, nonché della regolamentazione definita dalle Autorità di Vigilanza;
- **Imparzialità:** le decisioni e i comportamenti sono attuati nel pieno rispetto delle caratteristiche personali di ognuno, incentivando e premiando l'integrità ed il senso di responsabilità, rispettando le diversità e ripudiando ogni possibile discriminazione in base ad età, stato di salute, sesso, religione, razza, opinioni politiche e culturali, nonché condizione personale o sociale. I Destinatari che dovessero comparire ad incontri, riunioni o manifestazioni pubbliche sono tenuti a farlo a titolo esclusivamente personale e, comunque, non potranno utilizzare nome e marchio dell'azienda, salvo espressa autorizzazione;
- **Prudenza:** le attività sono gestite con piena consapevolezza dei rischi e con l'obiettivo di una sana gestione degli stessi; ciò si concretizza in comportamenti prudenti, soprattutto quando dalle proprie azioni e decisioni possa risultare un danno alle persone e alle cose;
- **Rispetto della persona e della sua dignità:** nei rapporti interni ed esterni alla Società i Destinatari si astengono da ogni comportamento offensivo, vessatorio, molesto, che possa recare disturbo o disagio ad altro soggetto;
- **Riservatezza:** tutte le informazioni in possesso della Società, fatti salvi gli adempimenti di legge, non possono essere usate per scopi diversi da quelli istituzionali. Particolare attenzione va riservata ai dati e alle informazioni personali di dipendenti, clienti e collaboratori; inoltre, l'utilizzo di informazioni societarie aventi rilevanza esterna può essere effettuato solo dai soggetti espressamente individuati ed autorizzati da MailUp;
- **Fedeltà:** le decisioni ed i comportamenti devono essere adottati nell'interesse di MailUp. Ogni conflitto di interessi deve essere comunicato e i dipendenti sono obbligati a non stipulare contratti di lavoro con terzi e/o, soprattutto con società concorrenti, senza la preventiva autorizzazione di MailUp;
- **Solidarietà:** le attività sono svolte nella consapevolezza della responsabilità sociale che la Società ha nei confronti della comunità e dell'ambiente in cui opera; pertanto considera con favore e fornisce sostegno ad iniziative sociali, culturali ed educative orientate alla promozione della persona ed al miglioramento delle sue condizioni di vita;
- **Concorrenza:** commenti e giudizi negativi nei riguardi dei concorrenti non rientrano nello stile di MailUp; deve essere privilegiato, invece, il leale confronto sulla qualità e trasparenza dei servizi offerti. La Società individua nella concorrenza lo stimolo al costante miglioramento della qualità dei servizi offerti ai clienti, improntando i propri comportamenti di natura commerciale ai principi di lealtà e correttezza.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse o del vantaggio di MailUp può giustificare una condotta non etica oppure non onesta, ovvero illecita.

---

## 4 I PRINCIPI ETICI DI COMPORTAMENTO

Nel raggiungimento dei propri obiettivi, la Società riconosce come vincolanti per i Destinatari, i seguenti principi etici di comportamento suddivisi in base alla tipologia di interesse che gli stessi intendono tutelare.

### 4.1 PRINCIPI A TUTELA DELL'INDIVIDUO

I Destinatari, ciascuno in ragione del proprio ruolo e responsabilità, devono:

- impegnarsi a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza di tutti i rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i lavoratori
- assicurare la tutela della salute e dell'integrità fisica delle persone, in quanto beni fondamentali dell'individuo<sup>1</sup>;
- impegnarsi a fornire un posto di lavoro salutare e sicuro ai propri dipendenti, clienti, fornitori, collaboratori e a chiunque sia presente negli uffici di pertinenza della Società, con particolare cura nella prevenzione degli incidenti, delle malattie professionali e nella minimizzazione dei rischi<sup>2</sup>;
- ricercare il miglioramento continuo delle prestazioni di sicurezza e salute, stabilendo obiettivi e traguardi periodicamente riesaminati, mirati in particolare alla prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali<sup>3</sup>;
- assicurare e promuovere la tutela della libertà individuale e della dignità umana, come beni fondamentali attraverso i quali si estrinseca la personalità umana<sup>4</sup>;
- contrastare e reprimere il verificarsi di fenomeni discriminatori in ambito lavorativo che possano dare origine a gravi stati d'ansia e altre patologie correlate allo stress<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-quater.1 del D.Lgs. 231/2001.

<sup>2</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-septies del D.Lgs. 231/2001.

<sup>3</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-septies del D.Lgs. 231/2001.

<sup>4</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-quinquies del D.Lgs. 231/2001.

<sup>5</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-septies del D.Lgs. 231/2001.

#### **4.2 PRINCIPI A TUTELA DELLE RISORSE UMANE E A SOSTEGNO DELLA POLITICA DELL'OCCUPAZIONE**

I Destinatari, ciascuno in ragione del proprio ruolo e responsabilità, devono:

- effettuare una valutazione del personale da assumere in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità di tutti i soggetti interessati;
- garantire che le informazioni richieste in sede di colloquio siano strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psicoattitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato;
- garantire un ambiente di lavoro che escluda qualsiasi forma di discriminazione e molestia relativa a razza, sesso, religione, nazionalità, età, tendenze sessuali, invalidità o altre caratteristiche personali e di genere non attinenti al lavoro;
- adottare opportune misure volte a evitare o agevolare richieste di favori sessuali o altre condotte verbali o fisiche di natura sessuale che abbiano come obiettivo l'ottenimento di un'assunzione, un avanzamento professionale o economico;
- adottare opportune misure per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione;
- garantire che non venga commesso alcun atto, patto o comportamento idoneo a produrre, anche in via indiretta, un effetto pregiudizievole sulla dignità e sulla salute psico-fisica della lavoratrice/del lavoratore nell'ambito dell'attività lavorativa;
- garantire che il personale venga assunto con regolare contratto di lavoro non essendo tollerata alcuna forma di lavoro irregolare o di "lavoro nero";
- assicurare che la valutazione dei lavoratori, dei dipendenti e dei collaboratori avvenga in maniera allargata coinvolgendo i responsabili del dipartimento interessato alla nuova assunzione.

#### **4.3 PRINCIPI A TUTELA DELLA COLLETTIVITÀ**

I Destinatari, ciascuno in ragione del proprio ruolo e responsabilità, devono:

- contrastare i fenomeni di lavoro sommerso e immigrazione irregolare, favorendo l'integrazione e la formazione dei lavoratori stranieri in possesso di regolare permesso di soggiorno<sup>6</sup>;
- contrastare i fenomeni di immigrazione clandestina, assicurando il rispetto del regolare procedimento amministrativo finalizzato al rilascio del permesso di soggiorno<sup>7</sup>;
- assicurare adeguata prevenzione del rischio di infiltrazione criminale e promuovere l'adozione di modalità di valutazione dell'affidabilità dei diversi soggetti (persone fisiche od enti) che hanno rapporti con la Società<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-duodecies del D.Lgs. 231/2001

<sup>7</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui alla L. 146/2006.

<sup>8</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 24-ter del D.Lgs. 231/2001.

#### 4.4 PRINCIPI A TUTELA DEI RAPPORTI ECONOMICI

I Destinatari, ciascuno in ragione del proprio ruolo e responsabilità, devono:

- assicurare l'adeguatezza e l'efficacia del sistema amministrativo - contabile, di ausilio a predisporre e rendere noti dati economici, patrimoniali e finanziari accurati e completi, finalizzati ad una rappresentazione chiara, veritiera e corretta dei fatti inerenti la gestione della Società e del Gruppo di cui la stessa fa parte<sup>9</sup>;
- tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e delle procedure aziendali, in tutte le attività finalizzate alla formazione del bilancio e delle altre comunicazioni sociali previste dalla legge, dirette ai soci e ai terzi, al fine di fornire un'informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società;
- assicurare la tempestiva, fedele e corretta registrazione di ogni operazione di natura economica, finanziaria e patrimoniale nel rispetto dei principi contabili e della normativa vigente civilistica e fiscale;
- assicurare il rispetto della normativa vigente in materia di fiscalità al fine di garantire la corretta determinazione, certificazione e liquidazione delle imposte;
- promuovere l'istituzione e l'utilizzo di idonei strumenti volti a identificare, prevenire e gestire i rischi relativi all'informativa finanziaria, nonché le frodi e i comportamenti scorretti<sup>10</sup>;
- promuovere ed assicurare il rispetto dei principi di libera concorrenza e di corretto andamento del mercato nella selezione delle controparti contrattuali, nella contrattazione e nella conclusione di operazioni commerciali e di accordi contrattuali<sup>11</sup>;
- promuovere l'esercizio delle pratiche commerciali secondo i principi di buona fede, correttezza e lealtà, tutelando la fiducia riposta nella Società dalle controparti contrattuali<sup>12</sup>;
- garantire che i contratti tra la Società, i fornitori, i consulenti, i clienti e i partner commerciali siano definiti per iscritto in tutte le loro condizioni e termini;
- assicurare e promuovere la riservatezza delle informazioni e dei dati in proprio possesso, operando nel rispetto delle Leggi e dei regolamenti vigenti in materia;
- adottare tutte le misure idonee a fornire, senza indugio, le informazioni necessarie per il tempestivo e corretto adempimento degli obblighi di comunicazione al pubblico previsti dalla disciplina vigente;
- assicurare adeguata tracciabilità dei flussi finanziari, nel pieno e diligente rispetto della normativa a prevenzione dei fenomeni di riciclaggio<sup>13</sup>;
- rifiutare operazioni sospette sotto il profilo della correttezza e della trasparenza;

<sup>9</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-ter del D.Lgs. 231/2001.

<sup>10</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-ter del D.Lgs. 231/2001.

<sup>11</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-ter del D.Lgs. 231/2001.

<sup>12</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-bis.1 del D.Lgs. 231/2001.

<sup>13</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-octies del D.Lgs. 231/2001.



- assicurare adeguata collaborazione alle autorità competenti nella prevenzione, nel contrasto e nella repressione dei fenomeni concernenti la contraffazione e la falsificazione di banconote, monete e qualsiasi altro mezzo di pagamento<sup>14</sup>.

#### **4.5 PRINCIPI A TUTELA DEL PATRIMONIO AZIENDALE**

I Destinatari, ciascuno in ragione del proprio ruolo e responsabilità, devono:

- garantire che ogni operazione e transazione compiuta o posta in essere a vantaggio della società o nel proprio interesse sia ispirata alla massima correttezza dal punto di vista della gestione, della completezza e trasparenza delle informazioni, della legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale e alla chiarezza e verità nei riscontri contabili;
- mantenere un comportamento che sia in sintonia con le politiche aziendali e che si traduca concretamente in collaborazione, responsabilità sociale e rispetto delle leggi nazionali e internazionali con specifico riferimento al perseguimento degli obiettivi e/o nella conclusione di qualunque operazione;
- operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili,
- utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni affidati;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o siano comunque in contrasto con l'interesse della Società;
- assicurare e promuovere l'integrità e la salvaguardia dei dati e delle informazioni, garantendo privilegi individuali di accesso ai dati e alle informazioni coerenti al ruolo e alle responsabilità di ciascuno<sup>15</sup>;
- promuovere il corretto utilizzo delle opere dell'ingegno di carattere creativo, nonché dei programmi per elaboratore e le banche dati<sup>16</sup>;
- assicurare la segretezza di informazioni inerenti idee sviluppate all'interno dell'organizzazione societaria su cui potenzialmente potrebbero ottenersi brevetti o altri titoli di proprietà intellettuale;
- assicurare che ogni decisione di business sia presa nell'interesse di MailUp, evitando situazioni che possano determinare un ruolo in conflitto con l'interesse della Società o che potrebbero configurare un'interferenza con la capacità di assumere decisioni imparziali;
- garantire il diritto di proprietà industriale e/o intellettuale di soggetti terzi.

#### **4.6 PRINCIPI IN MATERIA DI OMAGGI, CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI**

I Destinatari, ciascuno in ragione del proprio ruolo e responsabilità, devono:

<sup>14</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-bis del D.Lgs. 231/2001.

<sup>15</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 24-bis del D.Lgs. 231/2001.

<sup>16</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-nonies del D.Lgs. 231/2001.

- astenersi da accettare, per sé o per altri, da un proprio subordinato, direttamente o indirettamente, regali o altre utilità, salvo quelli d'uso di modico valore, che viene definito nel limite massimo di €. 100,00;
- al fine di non incorrere in responsabilità disciplinare, mettere a disposizione della Società per la restituzione o per la devoluzione a scopi benefici tutti quei regali o altre utilità ricevuti, vietati in quanto eccedenti l'importo massimo di € 100,00;
- garantire che le eventuali liberalità, donazioni nonché le attività di contribuzione e sponsorizzazione siano (nella loro somma totale) ricomprese nel budget e si attengano ai parametri stabiliti dalla Società in tali occasioni;
- aderire alle richieste di contributi e/o di sponsorizzazione limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti e atti costitutivi, che siano di elevato valore culturale o benefico e che abbiano respiro nazionale o, in caso di visibilità locale, che coinvolgano un notevole numero di cittadini;
- garantire che non si verifichino situazioni di conflitto di interesse di ordine personale o aziendale.

#### **4.7 PRINCIPI A TUTELA DELLO STATO E DELLE PUBBLICHE AUTORITÀ**

I Destinatari, ciascuno in ragione del proprio ruolo e responsabilità, devono:

- garantire che i rapporti con la Pubblica Amministrazione siano improntati alla massima trasparenza e collaborazione, nel pieno rispetto delle loro funzioni istituzionali;
- prevedere adeguati meccanismi di tracciabilità circa i flussi informativi da e verso la Pubblica Amministrazione;
- garantire che i rapporti con la Pubblica Amministrazione siano gestiti esclusivamente dalle funzioni aziendali a ciò preposte ed al personale autorizzato;
- assicurare e consentire, attraverso i propri comportamenti, che le attività nelle quali è previsto un coinvolgimento della Pubblica Amministrazione si svolgano nel pieno rispetto delle prescrizioni di legge, evitando ogni pressione esterna che possa portare a favoritismi, discriminazioni o atti arbitrari nell'attuazione dell'interesse pubblico, in modo tale da garantire la fedeltà della Pubblica Amministrazione alla funzione e allo scopo che le sono stati assegnati dalla legge, senza deviarne o alternarne l'imparzialità<sup>17</sup>;
- assicurare e promuovere comportamenti corretti, trasparenti e collaborativi nei rapporti con gli organi di polizia giudiziaria e con l'autorità giudiziaria inquirente e giudicante<sup>18</sup>.

<sup>17</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui agli artt. 24 e 25 del D.Lgs. 231/2001.

<sup>18</sup> Il principio in esame è volto, tra l'altro, a prevenire i reati di cui all'art. 25-decies del D.Lgs. 231/2001 e alla L. 146/2006.

## **5 LA SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI AL CODICE ETICO**

MailUp promuove la prevenzione e la verifica di ogni condotta illecita o comunque, contraria al Codice Etico adottato, incoraggiando gli amministratori, i dirigenti e i dipendenti della Società a riferire tempestivamente all'Organismo di Vigilanza le predette condotte di cui vengano a conoscenza in ragione dei propri rapporti con la Società, anche mediante l'utilizzo della procedura di segnalazione all'uopo prevista dalla Società.

MailUp assicura, altresì, la protezione del segnalante da ogni forma di ritorsione o di discriminazione attraverso la protezione della sua identità personale e, fuori dei casi di responsabilità a titolo di calunnia o diffamazione, ovvero per lo stesso titolo ai sensi dell'articolo 2043 del Codice civile, il soggetto che segnali in buona fede all'Organismo di Vigilanza condotte illecite o, comunque, contrarie al Codice Etico, di cui sia venuto a conoscenza in ragione dei propri rapporti con la Società, non può essere in alcun modo sanzionato.

## **6 IL SISTEMA DISCIPLINARE E SANZIONATORIO**

Il rispetto dei principi del presente Codice Etico costituisce parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dai collaboratori, dai consulenti, da tutti i soggetti in rapporti di affari con MailUp nonché dagli stessi soci e amministratori. Alle violazioni del Codice Etico si applicano le prescrizioni previste nel sistema disciplinare e sanzionario presentato nella Parte Generale del Modello di organizzazione, gestione e controllo adottato ai sensi del D. Lgs. 231/01 dalla Società, a prescindere dall'avvio o dall'esito di un eventuale procedimento penale.

## 7 L'ADOZIONE E DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico è adottato con delibera del Consiglio di Amministrazione della Società.

Ogni aggiornamento sarà adottato con successiva delibera del Consiglio di Amministrazione, anche eventualmente su proposta dell'Organismo di Vigilanza, che si dovesse rendere necessaria in conseguenza di:

- significative violazioni delle prescrizioni del Modello adottato;
- significative modificazioni dell'assetto organizzativo della Società, ovvero delle modalità di svolgimento delle attività aziendali;
- modifiche normative, in primis a seguito di integrazione legislativa del *numerus clausus* dei reati presupposti.

È responsabilità del Consiglio di Amministrazione assicurarsi che i principi contenuti all'interno del Codice Etico siano comunicati a tutti i Destinatari e siano da questi compresi e rispettati.

I Destinatari sono tenuti a leggere e ad assicurare la piena comprensione del contenuto del Codice Etico. In particolare gli amministratori e i dirigenti della Società hanno la responsabilità di creare una cultura che trovi fondamento nei principi contenuti all'interno del Codice Etico, promuovendo la consapevolezza e incoraggiando l'impegno verso gli stessi.

Consapevole dell'importanza morale rivestita dal presente Codice Etico, MailUp intende rendere pubblici e accessibili a tutti i propri valori e principi ispiratori. A tale scopo, il Codice Etico è consultabile sul sito ufficiale della Società: [www.mailupgroup.it](http://www.mailupgroup.it)