

PROGETTO COMPLIANCE • D.LGS. 231/2001

# **CODICE DI COMPORTAMENTO AZIENDALE**



Approvato dall'Amministratore Unico  
in data 19 maggio 2021

# **AKINDA**

Akinda Italia S.r.l. • Via Margherita De Vizzi 58, 20092 Cinisello Balsamo (MI) • P.IVA 12886380158

## Chi siamo

Nata nel 1999, Akinda Italia oggi è un'agenzia di comunicazione dall'approccio strategico e con forte vocazione produttiva, con la missione di affiancare imprese e brand nello sviluppo e nella valorizzazione del racconto della loro attività, dei loro prodotti, delle loro iniziative e della loro reputazione. Grazie alle competenze dei suoi professionisti, l'agenzia garantisce una delivery di alta qualità ad aziende di tutti i settori merceologici, declinando la sua azione sull'intera gamma dell'expertise digitale e offline: content creation, social media management, sviluppo siti web e web design, contest, digital PR, moderazione, eventi, videostrategy.

Akinda è anche un'agenzia di marketing, attiva in Italia e all'estero, integrata verticalmente: dalla promozione, alla vendita fino alla produzione e al confezionamento di molteplici prodotti (editoriali, tessili, merchandising) per conto di realtà e società sportive amatoriali e professionali, amministrazioni comunali e aziende.

Infine Akinda opera nel mass personalization manufacturing, avendo sviluppato un processo informatico e produttivo che le permette di creare efficienze nella personalizzazione dei prodotti in conto lavorazione, e mettendo a disposizione questa infrastruttura al mercato: nei confronti dell'industria, verso la GDO e per il mondo del retail (sia di catene fisiche che online).

La Società ha una sede centrale in Svizzera, una filiale italiana, una fabbrica di stampa digitale e 50 Dipendenti che operano in sei Paesi in tutta Europa.

## Che cosa è il Codice di Comportamento?

**Il Codice di Comportamento definisce le regole generali su come vogliamo essere.**

È stato predisposto per fornire regole chiare e soprattutto una "Guida" per coloro che lavorano e collaborano con la nostra Società.

Sul suddetto Codice vigila direttamente l'Organismo di Vigilanza ed è integrato da un sistema indipendente e certificato di Whistleblowing.

Il Codice è ispirato ai principi generali dell'ONU (in particolare alla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e al Global Compact), dell'OCSE e dell'Unione Europea. Queste devono essere le nostre premesse alla conduzione dell'impresa e in nessun modo il presente Codice deve violare i diritti fondamentali dei lavoratori o le disposizioni legislative applicabili.

Regole chiare di comportamento sono il primo passo per un approccio etico alle nostre attività, ossia guidato dai nostri valori.

Il presente documento è frutto di una prima analisi delle esigenze degli Stakeholder ed è la prima guida operativa per soddisfarle.

La violazione delle prescrizioni contenute nel presente Codice da parte dei Dipendenti e Collaboratori e di tutti i soggetti che hanno relazioni commerciali e contrattuali con la nostra Società comporta le sanzioni previste dal sistema disciplinare.

## I nostri principi

01

### Rispetto delle norme (Legalità)

Nell'ambito dell'attività, i Dipendenti e i Collaboratori della Società sono tenuti a rispettare con diligenza le leggi vigenti, il presente Codice, i protocolli e le procedure adottati dalla Società.

02

### Accountability

Dobbiamo essere sempre in grado di "rendere conto" di quello che facciamo, attraverso un approccio alla "compliance" operativo e responsabile.

03

### Sostenibilità

Ogni aspetto economico delle nostre attività, in una logica di creazione del valore, deve sempre essere portato avanti considerando anche la sua sostenibilità.

### Nel dubbio, come ragiono per vedere se la mia scelta è giusta?

1. Mi sto comportando nel rispetto della legge e delle procedure aziendali?
2. Cosa proverei se una persona si comportasse come sto facendo con me?
3. Cosa penserebbero la mia famiglia o i miei amici di questo comportamento?

## I nostri impegni

### Rapporti con il mercato

L'attività commerciale deve essere sempre improntata al rispetto degli operatori presenti sul mercato e al rispetto dei concorrenti.

Le comunicazioni e i contratti con i Clienti devono essere chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori, conformi alle normative vigenti, tali da non configurare pratiche elusive o comunque scorrette.

Lo stile di comportamento del personale nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

## **Rapporti fra Dipendenti e Collaboratori**

I rapporti di lavoro devono essere sempre improntati alla collaborazione e alla trasparenza, nell'ottica di migliorare la qualità del lavoro e dell'ambiente lavorativo.

Il personale è assunto con un contratto di lavoro nei modi previsti dalla normativa e dalla contrattazione collettiva vigente. Non è consentita alcuna posizione di lavoro irregolare o di "lavoro in nero". Prima dell'instaurazione del rapporto di lavoro il personale deve ricevere adeguate informazioni relative ai contenuti normativi e retributivi del rapporto medesimo, in modo che l'accettazione sia basata sull'effettiva conoscenza dello stesso.

Ogni discriminazione nei rapporti, incluse quelle tra Clienti e Fornitori, a causa di diversità etniche, di genere, di orientamento sessuale o di disabilità costituisce grave violazione del Codice di Comportamento.

## **Sponsorizzazioni, regali, omaggi e benefici**

Qualsiasi evento organizzato, promosso o sponsorizzato deve, ove possibile, avere sempre una dimensione predominante di professionalità o finalità sociale.

È vietato dare o promettere, in qualsiasi forma, regali, omaggi o benefici a soggetti che hanno rapporti commerciali o imprenditoriali con la Società, fatto salvo il caso in cui tali regali, omaggi o benefici siano di modico valore e rientrino nelle ordinarie prassi. In ogni caso ciascun Dipendente o Collaboratore della Società, prima di procedere all'offerta di regali, omaggi o benefici che superino il modico valore, deve chiedere espressa autorizzazione alla Direzione. Tale principio si applica anche a forme quali donazioni in denaro o natura, sponsorizzazioni, inviti o vantaggi di qualsiasi tipo.

## **Ambiente**

Dobbiamo rispettare le disposizioni di legge in materia di tutela ambientale; in particolare deve essere prestata attenzione alla riduzione degli impatti negativi sull'ambiente e alla valorizzazione di quelli positivi, attraverso programmi di sensibilizzazione e coinvolgimento dei Collaboratori e strumenti di sostenibilità ambientale.

## **Selezione dei fornitori e partner**

Nella scelta dei propri fornitori, la Società opera con un approccio di partnership e senza comportamenti discriminatori. I fornitori devono essere sempre selezionati e valutati secondo criteri oggettivi e verificabili con riferimento alle specificità delle prestazioni, garantendo adeguate registrazioni.

### **WHISTLEBLOWING (SEGNALAZIONI)**

Le segnalazioni possono essere inviate alla casella e-mail dedicata e riservata, gestita da un servizio indipendente, esterno ad Akinda e svolto da professionisti certificati secondo le migliori prassi internazionali:

**akinda@ethicspoint.eu**

Nessuna sanzione potrà essere erogata, neppure in caso di segnalazioni non corrette, purché fatte in buona fede; nessuna ritorsione è ammessa nei confronti del segnalante.

## **Nota finale**

Il presente documento è stato approvato in data 19/05/2021 ed entra in vigore da tale data. Per ogni informazione in merito al presente documento: [amministrazione@akinda.it](mailto:amministrazione@akinda.it).