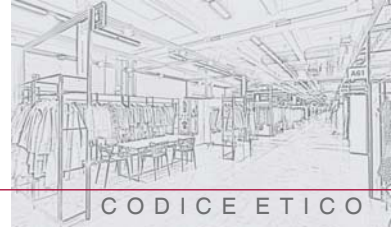




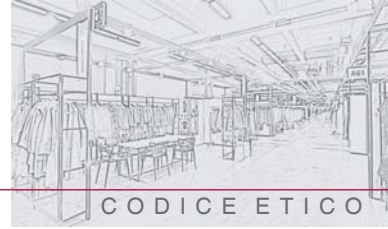
C O D I C E E T I C O

23 GIUGNO 2020



SOMMARIO

Chi siamo	3
La nostra missione	3
L'impegno del vertice aziendale	4
Tre domande per capire se la mia scelta è quella giusta	5
Cosa significa avere un Codice	5
I nostri principi	6
I nostri impegni	7
Whistleblowing (Segnalazioni)	11
Nota finale	11



CHI SIAMO

MIFUR S.r.l. è una società che si occupa - in Italia e all'Estero - dell'organizzazione di Fiere e Manifestazioni in genere anche a carattere promozionale per i settori: pellicceria e abbigliamento in pelle, abbigliamento in tessuto, maglieria e accessori.

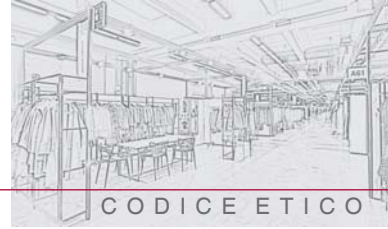
Fornisce ogni prestazione tecnico-organizzativa volta a favorire e coordinare i contatti fra le aziende e i mercati nazionale e internazionali.

Ha sede a Milano, città di riferimento del sistema moda di cui fa parte.

LA NOSTRA MISSIONE

Mifur costruisce eventi fieristici, manifestazioni, incontri B2B e B2C per riunire le aziende d'eccellenza del tessuto manifatturiero italiano ed internazionale. Ha l'obiettivo di creare valore per i clienti nel pieno rispetto dei principi deontologici che governano il commercio e le attività di networking. Mifur aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i propri Stakeholder e per perseguire in modo efficace la sua mission costruisce relazioni con clienti e *prospect*, giornalisti e mondo professionale e politico di riferimento per promuovere il consumo responsabile di una moda incentrata sul prodotto di qualità.

Il nostro lavoro è fondato sui valori fondamentali dell'eccellenza, della condivisione, del rispetto e della lungimiranza nell'individuare i percorsi che ci aiutino nel processo di innovazione continua, di valorizzazione della creatività e di affinamento delle nostre specifiche capacità. Vogliamo che questi valori definiscano la nostra identità e rappresentino il riferimento per il mondo in cui quotidianamente operiamo, in un'ottica di lavoro di gruppo in cui sia garantita l'attenzione agli aspetti multiculturali ed eterogenei della moderna società che ci circonda.



L'IMPEGNO DEL VERTICE AZIENDALE

Questo Codice Etico è stato voluto per evidenziare i nostri principi, i nostri valori e le nostre responsabilità comuni. È stato scritto per affermare che le nostre scelte e le nostre azioni quotidiane hanno le loro fondamenta nei valori importanti del rispetto, della trasparenza e della condivisione.

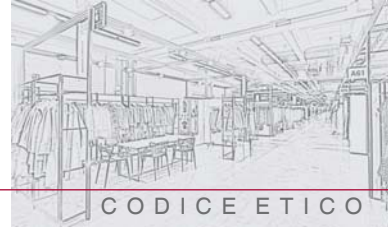
Il Codice Etico riassume i principi cui i componenti del Consiglio di Amministrazione, i membri degli organi statutari, i dipendenti, i collaboratori, i clienti, i fornitori, i partner commerciali si devono riferire. Siamo tutti parte della catena del valore della nostra Società e vogliamo testimoniarlo.

Lo presentiamo con la forza della ragione e con quella del cuore, per il nostro ruolo di portavoce delle persone che operano con noi, per il rispetto che dobbiamo alle Istituzioni con cui collaboriamo, per la responsabilità che ci siamo assunti nei confronti delle risorse che ci mettono a disposizione i nostri clienti e che devono ritornare verso una collettività cui vogliamo contribuire nell'ottica del miglioramento continuo.

Questo documento è un passo avanti importante nella nostra storia di impresa: è una promessa che sarà mantenuta.

Norberto Albertalli

Presidente del Consiglio d'Amministrazione



TRE DOMANDE PER CAPIRE SE LA MIA SCELTA È QUELLA GIUSTA

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

Adesso puoi decidere in modo più consapevole.

COSA SIGNIFICA AVERE UN CODICE

È il modello di comportamento della nostra Società: le regole generali **su come vogliamo essere**.

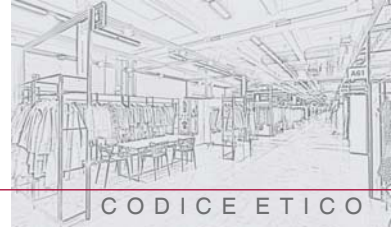
È stato predisposto per fornire regole chiare e soprattutto una "guida" per coloro che lavorano e collaborano con la nostra Società.

Il Codice è **ispirato ai principi generali** dell'ONU (in particolare alla Dichiarazione dei Diritti Universali 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 analisi delle esigenze degli **stakeholder** ed è la prima guida operativa per soddisfarle. Le disposizioni del presente Codice si applicano senza eccezione a tutti coloro che operano all'interno dell'azienda, indipendentemente dal rapporto di lavoro e a tutte le persone o organizzazioni che instaurino rapporti o relazioni professionali. Tutti questi soggetti sono tenuti a conoscere il presente documento ed a contribuire alla sua attuazione, al suo miglioramento e alla sua diffusione.

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 o dalle regole contrattuali.



I NOSTRI PRINCIPI

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.

Tutti gli *stakeholder* (dipendenti, amministratori, consulenti, azionisti, clienti, fornitori, partners commerciali e finanziari, associazioni di categoria, rappresentanze sindacali, e, in ogni caso, chiunque abbia rapporti con la nostra Società) operano nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti in vigore nel territorio in cui svolgono la propria attività, nonché nel rispetto del presente Codice e delle procedure interne.

Accountability

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

Sostenibilità

Ogni aspetto economico delle nostre attività, in una logica di creazione del valore, deve sempre essere portato avanti in modo sostenibile.

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 e dei principi di concorrenza e libertà di mercato.

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.

Devono essere inoltre completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante, ai fini della decisione del cliente.

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.

L'attività di **lobbying** deve essere trasparente, ben identificabile e collegata alla tutela dei valori del presente codice.

Qualsiasi azione diretta ad alterare le condizioni di corretta competizione è contraria alle modalità, ai principi e alle linee di condotta a cui ispiriamo la nostra operatività.

Rapporti con i media

La comunicazione verso l'esterno deve essere veritiera e trasparente. I rapporti con i media sono riservati esclusivamente alle funzioni e alle responsabilità aziendali a ciò delegate. I dipendenti non possono fornire informazioni a rappresentanti dei media né impegnarsi a fornirle senza l'autorizzazione delle funzioni competenti.

Relazioni con la Pubblica Amministrazione

Il comportamento con i funzionari del settore pubblico deve essere rispettoso del loro codice etico aziendale che tutto il personale si impegna a conoscere. Per nessun motivo deve essere fatto credere che le attività svolte siano legate ad uno scambio di favori o comportamento simile.

Tale principio si applica anche nei confronti dei partiti, dei soggetti rappresentativi o di altre entità con finalità collettive.

Nessuna persona collegabile alla Società deve elargire denaro, oppure offrire vantaggi economici o altre tipologie di benefici a soggetti della Pubblica Amministrazione, allo scopo di ottenere incarichi o altri vantaggi, personali o per la Società.

Nello svolgere operazioni e nell'intrattenere rapporti con la Pubblica Amministrazione, le persone devono garantire la massima trasparenza e tracciabilità delle informazioni rilevanti.

Particolari cautele devono essere osservate nelle operazioni relative ad autorizzazioni, concessioni, licenze o eventuali richieste di finanziamenti di provenienza pubblica (regionale, statale o comunitaria).

Nel caso in cui la Società abbia la necessità di avvalersi di prestazioni professionali di dipendenti della Pubblica Amministrazione, in qualità di consulenti, deve essere rispettata la normativa vigente; le procedure di selezione del personale devono prevedere le cause di incompatibilità dei dipendenti del settore pubblico.

Rapporti fra dipendenti e collaboratori

I rapporti di lavoro devono essere sempre improntati ai principi di collaborazione e 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.

Nessun individuo dovrà sentirsi rifiutato o escluso a causa di nazionalità, lingua, sesso, età, colore della pelle, credo religioso, appartenenza politica o sindacale e disabilità fisiche.

Ogni responsabile di funzione è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei Collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione di lavoro.

Conflitti di interesse

Nella conduzione di qualsiasi attività di interesse della Società, devono essere "evitate" le situazioni dove i soggetti coinvolti possano essere in conflitto di interesse.

Si ritiene sussistente un conflitto di interesse nel caso in cui un dipendente, un collaboratore o un amministratore persegua un obiettivo diverso da quello perseguito dalla Società ovvero si procuri volontariamente o tenti di procurarsi un vantaggio personale in occasione del compimento di attività svolte nell'interesse della Società o la procuri a terzi.

Nessun lavoratore deve sfruttare a proprio vantaggio situazioni ed eventi legati alla Società. In particolare, non possono essere mantenute partecipazioni finanziarie rilevanti e significative di società in possibile conflitto di interesse.

Periodicamente sono definiti e concordati i limiti, le deroghe devono essere approvate dalla direzione. Tale principio si applica anche ad aspetti quali concessioni di prestiti, fidejussioni, mutui o affitti agevolati.

Riservatezza delle informazioni e tutela del diritto d'autore

Tutte le informazioni riservate o potenzialmente tali relative all'attività commerciale o agli aspetti della sfera personale devono essere sempre considerate riservate e non devono essere divulgate in nessun modo, neppure dopo l'interruzione del rapporto di lavoro o contrattuale. Sono fatti salvi gli obblighi di legge.

Si rammenta che la privacy del dipendente o del collaboratore viene tutelata adottando tutte

le misure e la salvaguardia per il trattamento e la conservazione delle informazioni previste dalla legislazione vigente.

I dipendenti o collaboratori della Società devono uniformare il proprio comportamento alla massima riservatezza anche al di fuori dell'orario di lavoro, al fine di salvaguardare il know-how tecnico, legale, amministrativo, di gestione del personale e commerciale dell'azienda. Tutti coloro che, in conseguenza dell'espletamento dei propri compiti di gestione, di controllo e di servizio, vengano a disporre di informazioni confidenziali e rilevanti, sono tenuti a non abusare di tale privilegio.

Pur con un approccio positivo alla diffusione della conoscenza devono essere rispettate le regole sulla proprietà intellettuale e sulle tutele dei brevetti, con particolare riferimento alle opere d'ingegno ed al design industriale.

Sponsorizzazioni, regali, omaggi e benefici

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

Questo principio deve essere applicato anche agli eventi della vita sociale e di sviluppo della nostra Società, come assemblee o attività tecnica. Al fine di permettere la trasparenza, tali eventi devono sempre essere dettagliatamente registrati.

È vietato dare o promettere regali o omaggi in qualsiasi forma o concedere benefici a soggetti che hanno rapporti commerciali o imprenditoriali con la Società, fatto salvo il caso in cui tali forme di regali, omaggi o benefici siano di modico valore e rientrano nelle ordinarie prassi consuetudini.

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.

È vietato agli amministratori, ai sindaci, ai dipendenti o ai collaboratori della Società di ricevere regali, omaggi o benefici da soggetti che operano con la Società stessa nei rapporti connessi allo svolgimento delle attività della Società.

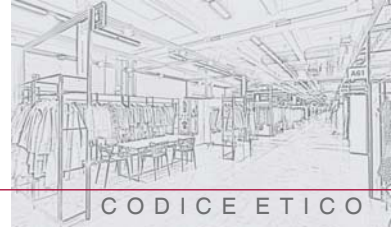
Tale principio si applica anche a forme quali donazioni in denaro o natura, sponsorizzazioni, inviti o vantaggi di qualsiasi tipo.

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.

Utilizzo dei beni aziendali

Ogni strumento di lavoro fornito dalla Società deve essere utilizzato nel rispetto delle regole del presente codice e per raggiungere i nostri obiettivi e non per scopi diversi o personali se non autorizzati.



Il personale, i collaboratori e tutte le persone coinvolte nell'organizzazione devono utilizzare con diligenza e rispetto i beni aziendali messi a disposizione come strumenti di lavoro al fine di svolgere al meglio le proprie mansioni.

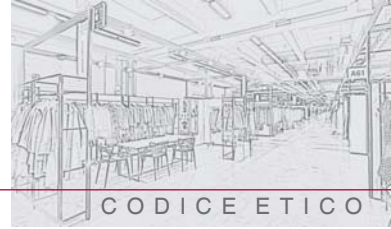
Selezione dei fornitori e partner

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. L'acquisto deve essere fatto in base a contratti chiari ed alla prestazione economicamente più favorevole.

Fondi pubblici

Devono essere sempre ed esclusivamente utilizzati per lo scopo per il quale sono stati concessi.

Le attività finanziate con valore significativo devono essere sottoposte a specifica revisione contabile e di destinazione svolta da soggetto qualificato e indipendente.



WHISTLEBLOWING (SEGNALAZIONI)

Possono essere inviate alla casella e-mail dedicata e riservata (servizio indipendente e certificato): **Mifur@ethicspoint.eu** - **Sono ammesse segnalazioni anonime.**

Nessuna sanzione potrà essere erogata, neppure in caso di segnalazioni non corrette, purché in buona fede. Non sono accettate e saranno sanzionate tutte le forme di ritorsione o discriminazione del segnalante.

NOTA FINALE

Il presente documento è stato approvato in data 23 giugno 2020 ed entra in vigore da tale data e annulla e sostituisce ogni versione precedente.

Per ogni informazione in merito al presente documento:
segreteria@mifur.com - Via A. Riva Villasanta 3, 20145 Milano.

Il presente documento è disponibile sul sito internet aziendale:
www.theonemilano.com/corporate
