

130 Servicing S.p.A.

Codice Etico

**INSIEME DI REGOLE
O IMPLICAZIONE DELL'UMANO?**



SOMMARIO

1.	I NOSTRI VALORI.....	3
1.1.	LA RESPONSABILITA' SOCIALE DI 130 SERVICING.....	3
1.2.	LA MISSIONE AZIENDALE	4
1.3.	I PRINCIPI E I VALORI DI RIFERIMENTO	5
2.	PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER.....	6
2.1.	PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON TUTTI GLI STAKEHOLDER.....	6
2.2.	PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI	7
2.3.	PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON GLI AZIONISTI.....	9
2.4.	PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON I COLLABORATORI	10
2.5.	PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON I FORNITORI	13
2.6.	PRINCIPI DI CONDOTTA NEI CONFRONTI DELL'AMBIENTE.....	13
2.7.	PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON LA COMUNITA'	13
3.	ATTUAZIONE E CONTROLLO	14
3.1.	I MECCANISMI DI ADOZIONE, GOVERNO E CONTROLLO INTERNO.....	14
4.	CONTATTI	15

1. I NOSTRI VALORI

1.1. LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI 130 SERVICING

Oggi le imprese sono chiamate ad assumere una responsabilità più ampia, che non si esaurisce con i meri effetti economici dell'attività che compiono. Esse, infatti, svolgono funzioni sempre più estese e articolate.

Nel fornire risposte efficienti a una gamma sempre più ampia di bisogni, le imprese devono dimostrare la piena consapevolezza del fatto che nei loro cicli produttivi e nei servizi e/o prodotti che ne sono l'esito sono inglobati interessi che toccano non solo il "cliente" e/o l'investitore" – i quali devono certamente trovare l'adeguata risposta in termini di convenienza economica, efficienza ed efficacia dei processi – ma riguardano il "cittadino". Sono interessi che concernono la conservazione, la salvaguardia del sistema di relazioni sociali, la salute, il lavoro, il futuro, l'ambiente ed il benessere dell'intera collettività.

Insieme e parallelamente con la gamma di interessi toccati dall'attività dell'impresa, aumenta anche il numero degli interlocutori con i quali essa deve entrare in relazione.

Occorre che siano riconosciuti come interlocutori – o stakeholders – tutti i soggetti, interni ed esterni, che hanno un interesse nello svolgimento dell'attività aziendale o siano da quest'ultima influenzati, sia in quanto tali soggetti contribuiscono – anche se in maniera diversa e specifica – alla realizzazione della missione aziendale, sia perché di tale attività subiscono gli effetti, positivi o negativi, in modo rilevante per il loro benessere, condividendo – in un caso e nell'altro – parte del rischio d'impresa.

Questi soggetti sono i clienti, gli investitori, gli azionisti, i collaboratori, ma anche i fornitori, l'ambiente – o meglio i diritti che le generazioni future hanno rispetto ad esso – e, in ultima analisi, l'intera collettività.

130 Servicing ha perciò deciso di dotarsi di questo Codice Etico, costruito come una vera e propria "carta delle relazioni" dell'Intermediario Finanziario con tutti i suoi stakeholder.

Esso esplicita i valori in cui 130 Servicing - congiuntamente alla sua attualmente ristretta compagine sociale - crede e sui quali vuole impegnarsi, declina i principi di condotta che ne discendono nel contesto della relazione con ciascuno stakeholder e innalza necessariamente il livello di coerenza che ciascuno, all'interno dell'Azienda, dovrà tenere per meritare la fiducia di tutti gli interlocutori.

I valori dichiarati in questo Codice sono espressione degli Azionisti e dell'attuale vertice societario con il quale gli Azionisti hanno intessuto un rapporto preminentemente umano e, quindi, professionale. Tali valori rappresentano, da un lato, le "lenti" attraverso le quali osservare e interpretare le varie situazioni; dall'altro un obiettivo cui tendere, la meta di un percorso intrapreso che caratterizzerà la nostra attività nei prossimi anni.

Questo Codice, strumento di governance, è parte di una visione ampia della nostra responsabilità sociale e ambientale, che pone al centro il rapporto con i nostri stakeholder. Dal dialogo costruttivo con essi deriva un processo che, attraverso l'ascolto delle istanze e il bilanciamento di queste rispetto alle strategie aziendali, si propone di attivare un circolo virtuoso verso un miglioramento continuo.

La verifica costante della nostra capacità di fornire risposte agli stakeholder ci aiuterà a mantenere vivi e concretamente operanti nella vita aziendale i valori che questo Codice afferma.

1.2. LA MISSIONE AZIENDALE

Lavoriamo per fornire servizi nell'ambito della finanza e più specificatamente operiamo come Servicer nell'ambito di operazioni di cartolarizzazione.

Riteniamo che strumentale opportunità offerte dalla Legge n.130/99 possano costituire un utile strumento per veicolare risorse finanziarie in Italia nel rispetto della trasparenza, simmetria informativa ed efficienza fiscale; tale strumento potrà avere un ruolo preminente per una allocazione più efficiente delle risorse finanziarie e per fare ripartire l'economia.

Con la nostra azione, ancorché al momento dimensionalmente limitata e concentrata in Italia, promuoviamo uno stile di crescita attento alla sostenibilità nel tempo dei risultati e alla creazione di un circolo virtuoso basato sulla fiducia che nasce dalla soddisfazione dei clienti e degli azionisti, dal senso di appartenenza dei collaboratori e dalla vicinanza ai bisogni della collettività.

Competiamo lealmente nel mercato, pronti a cooperare con gli altri soggetti economici, privati e pubblici, ogni qualvolta sia necessario per rafforzare la capacità complessiva di crescita dei sistemi Paese in cui operiamo.

Ci assumiamo la responsabilità della gestione trasparente dei rapporti e, se possibile, promuoviamo operazioni finanziarie che possano supportare il no-profit ovvero iniziative meritevoli di tutela sociale, nonché per lo sviluppo sostenibile del sistema imprenditoriale, consci che le nostre decisioni hanno effetti, diretti e indiretti, sull'ambiente naturale e sulla collettività, al cui benessere non solo materiale vogliamo contribuire, sostenendo o realizzando iniziative culturali e di utilità comune.

1.3. I PRINCIPI E I VALORI DI RIFERIMENTO

ETICA – INSIEME DI REGOLE O IMPLICAZIONE DELL’UMANO?

La crescente esigenza di una condotta più etica a livello di attività imprenditoriale ha promosso la diffusione di regole e procedure con l’intenzione di “costringere” le persone (non gli Enti/Società) a comportarsi in un determinato modo.

E’ di tutta evidenza che la adozione di codici o regole comportamentali non abbia aumentato le “buone pratiche” che invece, per essere efficacemente adottate, devono promanare da una cultura e da una storia personale (anche individuale, ma non solo).

130 Servicing, gli Azionisti ed il vertice societario ritengono che l’agire delle persone debba essere orientato da valori immanenti ma anche esperibili quotidianamente.

Tali valori non possono prescindere dal contesto storico e culturale ove opera la Società.

La cultura che si prende a riferimento, più che orientarsi ad una “best practice”, si collega alla tradizione occidentale giudaico-cristiana. Più che ad una scelta questo corrisponde ad una scelta motivata da un fatto ed ovviamente implica il più grande rispetto per altre culture e/o religioni che promuovano la dignità di ogni uomo.

Il comportamento corretto ed attento verso i terzi deve essere percepito come conveniente alla persona stessa che agisce; convenienza che può anche non essere immediata, ovvero comprensibile ai terzi.

Il comportamento etico (i.e. l’agire etico) deve attenere, essere connesso, implicare la persona stessa. Il problema non è normativo ma prevalentemente ontologico.

Fatta questa doverosa premessa, la nostra strategia di crescita mira alla creazione di valore solido e sostenibile sotto il profilo economico e finanziario, sociale e ambientale, costruito sulla fiducia di tutti i nostri interlocutori e basato sui seguenti valori:

INTEGRITÀ	Perseguiamo i nostri obiettivi con onestà, correttezza e responsabilità, nel pieno e sostanziale rispetto delle regole, dell’etica professionale e dello spirito degli accordi sottoscritti.
ECCELLENZA	Ci poniamo l’obiettivo di migliorare continuamente, guardando lontano, anticipando le sfide, coltivando la creatività diffusa e finalizzata all’innovazione, valorizzando il merito.
TRASPARENZA	Poniamo la trasparenza alla base delle nostre azioni, della nostra comunicazione e dei nostri contatti per consentire a tutti i nostri interlocutori di fare scelte autonome e consapevoli.
EQUITÀ	Siamo impegnati a eliminare ogni discriminazione dalle nostre condotte e a rispettare tutte le persone, con particolare riguardo a quelle più fragili.
VALORE DELLA PERSONA	Il valore della persona in quanto tale guida il nostro modo di agire: adottiamo l’ascolto e il dialogo come leve di miglioramento continuo nelle relazioni con tutti i nostri interlocutori.
RESPONSABILITÀ NELL’UTILIZZO DELLE RISORSE	Miriamo a utilizzare in modo attento tutte le risorse, promuovendo comportamenti improntati all’ottimizzazione e a evitare spreco e ostentazione, privilegiando le scelte rivolte alla sostenibilità nel tempo.

2. PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER

2.1. PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON TUTTI GLI STAKEHOLDER

130 Servicing, mediante questo Codice, esplicita i suoi valori e mira ad orientare a essi i comportamenti individuali, anche nella consapevolezza che la considerazione delle istanze sociali e ambientali contribuisce a minimizzare l'esposizione ai rischi in genere, ed in particolare ai rischi di compliance e a rafforzare la reputazione aziendale.

Pertanto, anche in linea con i principi del Global Compact promosso dall'Onu:

- si impegna a sostenere la protezione e la tutela dei diritti umani secondo i principi affermati nella Dichiarazione Universale del 1948;
- riconosce i principi stabiliti dalle Convenzioni fondamentali dell'ILO (International Labour Organization) e in particolare il diritto di associazione e di negoziazione collettiva, il divieto di lavoro forzato e minorile, la non discriminazione nell'occupazione;
- contribuisce alla lotta contro la corruzione, sostenendo le linee guida dell'OECD (the Organization for Economic Cooperation and Development) e i principi anti-corruzione statuiti dalle Nazioni Unite nel 2003, anche mediante l'atteggiamento di "tolleranza zero" rispetto a eventuali episodi di corruzione.

Inoltre,

- richiede la massima trasparenza dei comportamenti aziendali e favorisce l'emersione di tutti gli elementi che possano determinare situazioni di conflitto di interesse anche solo potenziale.

2.2. PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI

- ASCOLTO E DIALOGO** Crediamo che il cliente debba essere sempre al centro della nostra attenzione e che solo un costante dialogo possa consentirci di recepirne le reali aspettative e mantenere la nostra relazione ad un livello di eccellenza:
- nella offerta dei servizi e nella predisposizione della contrattualistica ci adoperiamo per cogliere i suggerimenti dei clienti stessi e degli investitori in modo da eliminare nel modo più efficace possibile le asimmetrie informative che potrebbero manifestarsi;
 - diamo tempestivo riscontro ai quesiti e ai reclami, mirando a una risoluzione sostanziale e non formale delle controversie.
- TRASPARENZA** Crediamo che alla base di un rapporto duraturo e improntato alla fiducia vi sia una comunicazione che mette il cliente e l'investitore in grado di comprendere sempre le caratteristiche e le specificità dei servizi offerti, nonché ci impegniamo ad utilizzare una contrattualistica chiara ed il cui corrispettivo del nostro servizio di facile percezione, limitando le eccezioni:
- predisponiamo una comunicazione chiara – anche via web - dando valore al tempo del cliente.
- LIBERTÀ** Consapevoli che un buon rapporto si può sviluppare soprattutto dove le parti non sono vincolate obbligatoriamente ad una relazione, siamo disponibili ad interrompere il rapporto nel momento in cui il cliente non fosse soddisfatto, senza che lo stesso sia vincolato contrattualmente ad una relazione da cui vuole uscire.
- INVESTIMENTI SOCIALMENTE RESPONSABILI** Diamo supporto, anche sotto forma di erogazione di ore pro-bono, ad iniziative socialmente responsabili che possono essere sviluppate mediante l'utilizzo della finanza strutturata (i.e. social impact bond).
- TUTELA DELLA SICUREZZA** Crediamo che la tutela della sicurezza dei nostri clienti e degli investitori, dei loro beni e delle loro informazioni non rappresenti soltanto un dovere primario, ma sia anche alla base del rapporto fiduciario che con loro vogliamo mantenere:
- ci adoperiamo per la protezione delle persone, dei valori e dei beni, del patrimonio informativo e dei processi organizzativi interni in modo da fornire un servizio che soddisfi al massimo grado i requisiti di affidabilità, continuità e riservatezza;
 - assicuriamo la costante aderenza alle disposizioni di legge;
 - osserviamo criteri di assoluta trasparenza nell'informare i clienti sui loro diritti alla privacy e sulle modalità con cui trattiamo le loro informazioni personali.

**VALUTAZIONE DEL
RISCHIO SOCIO-
AMBIENTALE**

Crediamo che le nostre decisioni, anche le meno rilevanti, debbano tenere conto anche dei rischi socio-ambientali secondo il principio per cui una attività che produce valore economico può essere sostenibile solo se non distrugge contemporaneamente valore sociale o ambientale:

- aderiamo a protocolli nazionali e internazionali per il rispetto delle norme di tutela socio-ambientale;
- escludiamo rapporti finanziari a supporto di attività economiche che contribuiscano anche indirettamente a violare i diritti fondamentali della persona, a ostacolare lo sviluppo, a ledere gravemente la salute e l'ambiente;
- promuoviamo la convivenza pacifica anche evitando il supporto finanziario ad attività economiche che possano metterla a rischio;
- siamo attenti ai progetti ad alto valore ambientale e sociale.

2.3. PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON GLI AZIONISTI

130 Servicing ha adottato il sistema di governance tradizionale con un Consiglio di Amministrazione che ha la responsabilità strategica, un organo delegato a cui sono attribuite le deleghe operative ed un Collegio Sindacale con funzioni di vigilanza.

Al fine di uniformarsi al più elevato e garantista livello di governance, si è previsto statutariamente che 130 Servicing debba essere gestita da un consiglio di amministrazione composto da un minimo di 3 (TRE) fino a un massimo di 7 (sette) consiglieri di cui almeno un terzo del numero totale siano Consiglieri Indipendenti al fine di garantire l'oggettività e l'imparzialità delle decisioni relative alla gestione dell'intermediario nonché una professionale ed equa valutazione:

- i) delle operazioni in cui la Società potrebbe avere direttamente o indirettamente un interesse in conflitto, anche derivante da rapporti di gruppo, ovvero
- ii) delle operazioni con parti correlate.

Si è proceduto anche alla definizione di un consigliere indipendente, non munito di deleghe operative nella Società, il quale contemporaneamente: a) non intrattiene significativi rapporti di affari o professionali, né ha o ha avuto un rapporto di lavoro subordinato con l'intermediario, con società controllanti o con società da questa controllate, a essa collegate o sottoposte a comune controllo, né con gli amministratori muniti di deleghe; b) non fa parte del nucleo familiare degli amministratori dotati di deleghe, dell'azionista o di uno degli azionisti del gruppo di controllo, dovendosi intendere per nucleo familiare quello costituito dal coniuge non separato legalmente, dai parenti e affini entro il quarto grado; c) non è titolare, direttamente o indirettamente, di partecipazioni superiori al 5% del capitale con diritto di voto dell'intermediario, né aderisce a patti parasociali aventi a oggetto o per effetto l'esercizio del controllo sull'intermediario.

Infine è previsto che - eccetto l'ipotesi in cui i Consiglieri Indipendenti siano numericamente prevalenti nell'ambito delle delibere consiliari - le delibere relative ad operazioni che potrebbero essere in conflitto ovvero ad operazioni con parti correlate, debbano acquisire preventivamente un parere vincolante da parte dei Consiglieri Indipendenti.

2.4. PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON I COLLABORATORI

POLITICHE DI REMUNERAZIONE DEL MANAGEMENT E DEL PERSONALE

L'equità, il merito e la sostenibilità dei risultati sono i criteri su cui si basa la politica retributiva – comprese le componenti variabili – adottata nei confronti del personale. Le linee guida per la definizione della politica retributiva del management poggiano su elementi e parametri oggettivi ricavati dalla valutazione delle posizioni organizzative, delle prestazioni e del potenziale, e mirano a costituire un sistema integrato al servizio della gestione e dello sviluppo delle persone.

La trasparenza caratterizza i sistemi di remunerazione e incentivazione rivolti al personale di ogni ordine e grado, nella prospettiva di favorire la competitività e di attrarre e mantenere all'interno della Società le migliori competenze e professionalità.

IL RISPETTO DELLE PERSONE

Crediamo che il rispetto della personalità e della dignità di ciascun collaboratore sia il fondamento per lo sviluppo di un ambiente di lavoro permeato dalla reciproca fiducia, dalla lealtà e arricchito dall'apporto di ciascuno:

- adottiamo modalità di reclutamento e gestione dei collaboratori improntate a comportamenti equi e coerenti, prevenendo favoritismi, abusi e discriminazioni avendo particolare riguardo al tema della conciliazione tra lavoro e famiglia;
- garantiamo pari opportunità di sviluppo e di crescita professionale, di accesso ai percorsi formativi e alle iniziative di aggiornamento e di attribuzione dei ruoli, sin dalla fase di selezione delle candidature;
- riconosciamo a tutti i collaboratori la possibilità di esprimere la propria individualità e creatività nel lavoro e valorizziamo la diversità e le specificità di ciascuno, come spinta all'innovazione e contributo essenziale alla crescita della Società;
- perseguiamo l'eccellenza dei risultati sotto il profilo sia quantitativo sia qualitativo, in coerenza con i principi etici del presente Codice e nel rispetto della professionalità e della dignità di ciascun collaboratore, nonché delle specificità in cui si trova;
- poniamo la massima attenzione nella definizione degli obiettivi favorendone la comprensione e la condivisione, al fine di promuovere comportamenti corretti e trasparenti;
- istituiamo sistemi incentivanti oggettivi e trasparenti, prevedendo obiettivi possibili e raggiungibili;
- rendiamo più agevole il lavoro semplificando prodotti, procedure e forme di comunicazione e garantiamo la salute e la sicurezza con misure sempre più efficaci;
- promuoviamo politiche che agevolino l'equilibrio fra vita personale e professionale, favorendo forme di flessibilità e realizzando iniziative per la conciliazione tra impegni lavorativi e privati, nella consapevolezza che tale equilibrio è fondamentale nella ricerca del benessere di ciascuno.

**VALORIZZAZIONE E
MOTIVAZIONE**

Vogliamo porre equità e merito alla base della valutazione, valorizzazione, motivazione e sviluppo di carriera delle nostre persone:

- riconosciamo che il complesso delle competenze relazionali, intellettuali, organizzative e tecniche di ogni collaboratore è la nostra principale risorsa strategica, che ci impegniamo a tutelare e a valorizzare perché fattore chiave di vantaggi competitivi sostenibili;
- adottiamo sistemi di valutazione dei comportamenti, delle competenze, delle conoscenze e del potenziale secondo criteri di trasparenza, di valorizzazione del merito e di rispetto delle diversità al fine di rafforzare la motivazione, premiare con equità e favorire il conseguimento di risultati di eccellenza;
- sviluppiamo una formazione attenta anche alle esigenze individuali, convinti che l'ascolto dei bisogni espressi dai collaboratori sia fondamentale per la definizione dei percorsi formativi;
- mettiamo ciascuno in condizione di interpretare al meglio il proprio ruolo, favorendo il miglioramento costante del livello di competenza e sviluppando la capacità di lavorare in squadra per contribuire al raggiungimento degli obiettivi d'impresa;
- promuoviamo la partecipazione responsabile delle persone, supportandole sempre e richiediamo loro di impegnarsi costantemente in modo attivo affinché si sentano coinvolte nel progetto di crescita della Società, attraverso il quale raggiungere anche la propria realizzazione professionale;
- chiediamo alle persone di concorrere a un utilizzo responsabile di tutte le risorse che impiegano per svolgere il loro lavoro.

**ASCOLTO E
DIALOGO**

Riteniamo che ascolto e dialogo siano alla base di relazioni che generano fiducia:

- promuoviamo la comunicazione assidua interna per consentire alle persone di partecipare meglio e più consapevolmente alla vita aziendale;
- improntiamo la comunicazione a criteri di correttezza, completezza, semplicità e trasparenza;
- ci adoperiamo per sviluppare, in chi ha compiti di responsabilità, una specifica sensibilità nel cogliere i bisogni dei collaboratori, nonché di valorizzare i loro suggerimenti e le differenze di opinione, quale opportunità di miglioramento e crescita aziendale.

COESIONE

La coesione è l'elemento distintivo di una comunità di persone che lavorano bene insieme con l'orgoglio di far parte di una impresa.

Per far crescere e consolidare, attorno a un'identità aziendale forte e condivisa, lo spirito di appartenenza di tutti i collaboratori:

- esplicitiamo e diffondiamo i nostri valori, verificandone continuamente l'attualità in modo che ciascuno possa riconoscersi in essi;
- mettiamo a disposizione di tutti le informazioni sulle strategie e gli obiettivi della Società, con lo scopo di condividere gli elementi che caratterizzano la nostra identità;
- facciamo crescere in chi ha funzioni di responsabilità la capacità di proporsi come guida e punto di riferimento per adottare azioni sempre coerenti con i principi etici aziendali;
- adottiamo politiche gestionali e premianti in grado di riconoscere e valorizzare il contributo individuale e di gruppo al raggiungimento degli obiettivi;
- abbiamo l'intenzione di prevedere forme di compartecipazione anche economica ai successi dell'impresa.

2.5. PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON I FORNITORI

ASCOLTO E DIALOGO Crediamo che un comportamento improntato all'ascolto e al confronto con i nostri fornitori favorisca un continuo miglioramento della relazione, la rafforzi e generi valore reciproco attraverso un atteggiamento basato sulla fiducia che coinvolga i fornitori in un ruolo proattivo.

TRASPARENZA Crediamo che un atteggiamento chiaro e trasparente contribuisca a mantenere nel tempo il rapporto con i fornitori. Siamo convinti che l'integrità debba costituire irrinunciabile presupposto della relazione.

2.6. PRINCIPI DI CONDOTTA NEI CONFRONTI DELL'AMBIENTE

ASCOLTO E DIALOGO La tutela dell'ambiente è una delle dimensioni del nostro impegno di responsabilità. Una delle dimensioni della nostra politica di responsabilità sociale è il rifiuto dello spreco e l'attenzione alle conseguenze ambientali delle nostre scelte. Nella nostra piccola realtà, un equilibrato approccio all'ambiente ha valore soprattutto educativo.

In tale ottica:

- garantiamo il pieno e sostanziale rispetto delle prescrizioni legislative in materia ambientale;
- siamo aperti al dialogo e al confronto con tutti quegli interlocutori che rappresentano la "voce" dell'ambiente;
- perseguiamo un consumo consapevole delle risorse necessarie per svolgere la nostra attività;
- anche attraverso il monitoraggio dei dati ambientali e la sensibilizzazione delle persone che lavorano nella Società, puntiamo ad un miglioramento continuo del nostro comportamento nei confronti dell'ambiente.

2.7. PRINCIPI DI CONDOTTA NELLA RELAZIONE CON LA COMUNITÀ

VICINANZA AL SETTORE NON PROFIT Riconosciamo - anche per il tramite dei componenti del nostro organo amministrativo - il ruolo del settore non profit per lo sviluppo equo e coeso della società:

- sosteniamo il mondo non profit e le imprese sociali anche mediante la partecipazione e numerosi soggetti;
- abbiamo promosso ed accompagniamo enti non profit finalizzati all'utilità sociale e al servizio delle comunità.

RESPONSABILITÀ VERSO LA COMUNITÀ IN SENSO GLOBALE Consapevoli del fatto che l'equilibrio economico, ambientale e sociale complessivo dipende dall'integrazione di fattori locali, cerchiamo - anche per il tramite dei componenti del nostro organo amministrativo - di influire sulla definizione dello scenario globale:

- tenendo nella massima considerazione la dimensione della sostenibilità;
- dello sviluppo;
- sostenendo iniziative di solidarietà internazionale.

3. ATTUAZIONE E CONTROLLO

3.1. I MECCANISMI DI ADOZIONE, GOVERNO E CONTROLLO INTERNO

I meccanismi di adozione, governo e controllo qui esplicitati sono finalizzati ai seguenti obiettivi:

- integrazione delle strategie, delle politiche e delle procedure aziendali con i principi ed i valori etici condivisi;
- verifica e controllo della conformità delle azioni e dei comportamenti rispetto alle norme etiche condivise.

ADOZIONE DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico, ed ogni eventuale futuro aggiornamento, è approvato dal Consiglio di Amministrazione di 130 Servicing.

Il Codice Etico viene pubblicato sul sito internet (www.centotrenta.com) accessibile alla clientela e ai soggetti interessati.

Una copia cartacea del Codice viene consegnata a ciascun consigliere, dipendente o collaboratore esterno all'atto, rispettivamente, della nomina, dell'assunzione o dell'avvio del rapporto di collaborazione.

GOVERNO DEL CODICE ETICO

I valori e i principi che 130 Servicing intende affermare attraverso il Codice Etico saranno trasfusi nell'attività di formazione, mirata a creare condivisione sui contenuti del Codice stesso, fornendo anche strumenti di consapevolezza e di conoscenza dei meccanismi e delle procedure per tradurre i principi etici in comportamenti da tenersi concretamente nell'operatività quotidiana.

In particolare, le iniziative formative saranno realizzate con modalità e contenuti adeguati al ruolo ricoperto in azienda da ciascun collaboratore e sviluppate secondo un percorso volto a completarne la formazione professionale e ad accrescerne lo sviluppo personale.

La cultura e i valori del Codice Etico saranno inoltre sviluppati e diffusi anche mediante tutti gli strumenti di comunicazione interna disponibili.

La valutazione della prestazione di coloro che hanno ruoli di responsabilità terrà conto anche del rispetto dei principi etici su cui si fonda la relazione con i collaboratori.

[IL COLLEGIO SINDACALE](#), nello svolgimento dei compiti e delle funzioni di Organismo di vigilanza ai sensi del Dlgs 231/2001 (MOG da formalizzare), vigila anche sul rispetto dei principi e dei valori contenuti nel presente Codice. Anche al fine di riferirne al Consiglio di Amministrazione ed alla Assemblea dei Soci.

INTERVENTI IN CASO DI INOSSERVANZE

A fronte delle inosservanze del presente Codice, 130 Servicing adotterà i conseguenti provvedimenti, ispirandosi – ove non si configurino comportamenti fraudolenti o attuati in violazione di specifiche normative di legge, contrattuali o regolamentari – a un approccio costruttivo che, anche tramite l'erogazione di interventi formativi, rafforzi la sensibilità e l'attenzione dei singoli circa il rispetto dei valori e dei principi affermati nel Codice.

**SEGNALAZIONI DI
INOSSERVANZE**

La segnalazione di eventuali inosservanze del presente Codice vanno indirizzate alla casella di posta elettronica: segreteria.amministrativa@130servicing.com oppure inoltrate a mezzo posta all'indirizzo: 130 Servicing Spa – Reclami Etici – Via San Prospero, 4 – 20121 Milano.

130 Servicing garantisce chi effettua segnalazioni in buona fede da qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione, assicurando la massima riservatezza, fatti salvi gli obblighi di legge.

4. CONTATTI

Unit Compliance	Tel: +39 02 45472239 Fax: +39 02 72022410 e-mail: segreteria.amministrativa@130servicing.com
Internet	www.centotrenta.com
Pubblicazione	Febbraio 2015