



Corporate Code of Conduct

Compliance Project Legislative Decree 231 of 2001
Approved by the sole administrator on 19th May 2021

Index

About us	3
What is the Code of Conduct?	4
Compliance with the rules (Legality).....	5
Accountability	5
Sustainability	5
Our commitment	6
Relationship with the market.....	6
Relationship between Employees and Collaborators	6
Sponsorship, gifts, presents and benefits.....	6
Environment.....	7
Suppliers and Partners Selection	7
Whistleblowing (Reporting)	7
Final Note	7

About us

Akinda Italia

Founded in 1999, Akinda Italia is a communication agency with a strategic approach and a strong production vocation, with the mission of supporting companies and brands in developing and enhancing the story of their activities, their products, their initiatives and their reputation. Thanks to the skills of its professionals, the agency guarantees high quality delivery to companies in all sectors, covering the whole range of digital and offline expertise: content creation, social media management, website development and web design, contests, digital PR, moderation, events, video-strategy.

Akinda is also a marketing agency, active in Italy and abroad, vertically integrated: from promotion through sales to the production and packaging of multiple products (editorial, textile, merchandising) on behalf of: amateur and professional sports clubs and organisations, city governments and companies.

Finally, Akinda operates in mass personalization manufacturing, having developed an IT and production process that allows it to create efficiencies in customising products under tolling agreements. And by making this infrastructure available to the market: to industry, to large-scale retail channel and to the retail world (both physical and online shop chains).

The company has its headquarters in Switzerland, an Italian branch, a digital printing factory and 50 employees working in six countries across Europe.

What is the Code of Conduct?

The Code of Conduct defines the general rules *on how we want to be*.

It was prepared to provide clear rules and above all a '*Guide*' for those who work and collaborate with our Company.

The Code is directly supervised by the Supervisory Board and is supplemented by an independent and certified Whistleblowing system.

The Code is **inspired by the general principles** of the UN (in particular the Declaration of Universal Rights and the Global Compact), the OECD and the European Union.

These must be our premises for business management and in no way must this Code violate the fundamental rights of workers or applicable legal provisions.

Clear rules of conduct are the first step towards an **ethical approach** to our activities, that is to say guided by our values.

This document is the result of an initial analysis of the needs of the **Stakeholders** and is the first operational guide to meeting them.

Violation of the prescriptions set out in this Code by Employees and Collaborators and all those who have commercial and contractual relations with our Company entails the sanctions provided for by the disciplinary system (see Annex)

Our principles

Compliance with the rules (Legality)

Within the scope of their activities, Employees and Collaborators of the Company are required to **diligently comply** with the applicable laws, this Code, and the protocols and procedures adopted by the Company.

Accountability

We must always be **able to be accountable** for what we do, through an operational and responsible approach to *compliance*.

Sustainability

Every economic aspect of our activities, pursuant the logic of value creation, must always be carried out also considering its **sustainability**.

When in doubt, how do I reason to see if my choice is right?

1. Am I behaving in compliance with the law and company procedures?
2. How would I feel if a person behaved as I am behaving?
3. What would my family or friends think of this behaviour?

Our commitment

Relationship with the market

Commercial activity must always be characterised by respect for the operators present on the market and respect for competitors.

Communications and contracts with customers must be **clear and simple**, formulated in a language as close as possible to the language normally used by the interlocutors, in compliance with the regulations in force, such as not to constitute elusive or otherwise unfair practices.

The staff's style of behaviour towards customers is characterised by **helpfulness**, respect and **courtesy**, in the light of **a collaborative and highly professional relationship**.

Relationship between Employees and Collaborators

Working relations must always be characterised by **cooperation** and **transparency**, aiming at **improving the quality of work and of the working environment**.

Staff are employed under an employment contract under the conditions provided for by current legislation and collective bargaining agreements. Irregular employment or 'moonlighting' is not permitted. Before the employment relationship is established, personnel must receive adequate information on the regulatory and remuneration content of the relationship so that acceptance is based on the actual knowledge of it.

Any discrimination in relations, including those between Customers and Suppliers, due to ethnic diversity, gender, sexual orientation, disability constitute serious violations of the Code of Conduct.

Sponsorship, gifts, presents and benefits

Any event organised, promoted or sponsored must, where possible, always have a **predominant dimension of professionalism or social purpose**.

It is forbidden to give or promise in any form, gifts, presents or benefits to subjects having commercial or business relations with the Company, except in the case where such forms of gifts, presents or benefits are of modest value and fall within ordinary praxis. In any case, each Employee or Collaborator of the Company, before proceeding to offer gifts, presents or benefits exceeding a modest value, must expressly ask the Management for authorisation. This principle also applies to forms such as donations in cash or kind, sponsorship, invitations or benefits of any kind.

Environment

We must comply with the legal provisions on environmental protection, in particular **attention must be paid to reducing negative impacts on the environment and enhancing positive ones**, through awareness and involvement programmes for collaborators and environmental sustainability tools.

Suppliers and Partners Selection

In selecting its suppliers, the Company operates with a **partnership approach** and **without discriminatory behaviours**. Suppliers must always be selected and evaluated according to **objective and verifiable criteria** with reference to the specifics of the services, guaranteeing adequate records.

Whistleblowing (Reporting)

They can be sent to the dedicated and confidential e-mail box (independent service, external to Akinda and carried out by certified professionals according to international best practices): **akinda@ethicspoint.eu**

No sanctions may be imposed, not even in the case of incorrect reports, as long as they are made in good faith; no retaliation is allowed against the reporter.

Final Note

This document was approved on 19/05/2022 and enters into force on that date. For any information on this document: amministrazione@akinda.it. This document is available on the company website <http://akinda.com/> and <http://akinda.it/>



Codice di Comportamento Aziendale

Progetto *compliance* Decreto Legislativo 231 del 2001
Approvato dall'Amministratore Unico in data 19 maggio 2021

Indice Sommario

Chi siamo	3
Che cosa è il Codice di Comportamento?	4
Rispetto delle norme (Legalità)	5
Accountability	5
Sostenibilità	5
I nostri impegni	6
Rapporti con il mercato	6
Rapporti fra Dipendenti e Collaboratori	6
Sponsorizzazioni, regali, omaggi e benefici	6
Ambiente	7
Selezione dei fornitori e partner	7
Whistleblowing (Segnalazioni).....	7
Nota finale	7

Chi siamo

Akinda Italia

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 una 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 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 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 (vedere Allegato)

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.

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 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 ed al rispetto con i 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 ed 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** ed 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, disabilità costituiscono gravi violazioni 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 qualsiasi forma, regali, omaggi 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. Tale principio si applica anche a forme quali donazioni in denaro o natura, sponsorizzazione, 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 ed 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)

Possono essere inviate alla casella e-mail dedicata e riservata (servizio indipendente, esterno a 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 in buona fede, nessuna ritorsione è ammessa sul segnalante.

Nota finale

Il presente documento è stato approvato in data 19/05/2022 ed entra in vigore da tale data. Per ogni informazione in merito al presente documento: amministrazione@akinda.it. Il presente documento è disponibile sul sito internet aziendale <http://akinda.com/> e <http://akinda.it/>