

Codice Etico e di Comportamento



Introduzione

Il Gruppo Allianz S.p.A. (di seguito anche “**Gruppo Allianz**” o il “**Gruppo**”) attribuisce massima importanza alla fiducia che i clienti, gli azionisti, i dipendenti, gli intermediari, i consulenti, i fornitori e, in generale, l’opinione pubblica ripongono nelle sue *performance* e nella sua integrità.

Tale fiducia dipende principalmente dalla condotta e dalle capacità delle persone che operano nelle società del Gruppo e dal loro desiderio di creare congiuntamente valore per i clienti, per gli azionisti e per il Gruppo stesso¹. Destinatari di questo Codice Etico e di Comportamento (in seguito anche solo il “**Codice**”) sono quindi, con riferimento a ciascuna società od ente del Gruppo, gli organi sociali, coloro che svolgono, anche di fatto, funzioni di rappresentanza, gestione, amministrazione, direzione o controllo di una sua unità o divisione dotata di autonomia finanziaria e funzionale, i lavoratori subordinati o parasubordinati, di qualsiasi grado e in forza di qualsivoglia tipo di rapporto contrattuale, ancorché distaccati all’estero, gli stagisti (“**Destinatari Interni**”), i consulenti, i fornitori, tutti gli intermediari assicurativi che distribuiscono i prodotti del Gruppo Allianz (agenti, produttori e *broker*), i consulenti finanziari abilitati all’offerta fuori sede per conto di Allianz Bank Financial Advisors S.p.A.

ed Investitori SGR S.p.A. (“**Destinatari Esterni**”, Destinatari Interni ed Esterni saranno in seguito congiuntamente indicati anche solo come i “**Destinatari**” e, ciascuno di essi, come il “**Destinatario**”).

Il presente Codice Etico e di Comportamento rispecchia anche i principi di sostenibilità e di responsabilità sociale dell’impresa contenuti nel *Code of Conduct for Business Ethics and Compliance* di Allianz SE. L’attenzione a tali principi è testimoniata dalla partecipazione del Gruppo Allianz all’*United Nations UN Global Compact* (un’iniziativa del segretario generale delle Nazioni Unite e delle maggiori multinazionali, avente l’obiettivo di promuovere il rispetto dei diritti umani) e dal rispetto delle *OECD Guidelines² for Multinational Corporations*.

In questo senso “I dieci principi del “Global Compact” (cfr. Allegato 1 del presente documento) rappresentano gli *standard* minimi a cui tutti i Destinatari di questo Codice sono tenuti ad attenersi al fine di prevenire situazioni che potrebbero minare l’integrità del Gruppo.

La diffusione del Codice Etico e di Comportamento e delle procedure aziendali ai Destinatari è assicurata attraverso strumenti di comunicazione adeguati.

¹ Con riferimento a CreditRas Vita S.p.A. e CreditRas Assicurazioni S.p.A., si sottolinea che i relativi prodotti sono collocati utilizzando la rete distributiva di un primario istituto di credito che ha adottato un’adeguata normativa interna volta a

disciplinare i comportamenti della medesima rete commerciale.

² Le Linee Guida OECD contengono principi etici per società operanti a livello globale.

Il presente Codice Etico e di Comportamento si applica indistintamente a tutti i Destinatari, salvo per quanto previsto da specifiche previsioni di volta in volta richiamate nelle singole sezioni.

1. Principi di condotta

(1) I Destinatari devono rispettare tutte le leggi e i regolamenti in vigore nel Paese in cui svolgono le loro attività, così come le procedure e le *policy* interne, ove ad essi applicabili.

(2) Sul posto di lavoro, i Destinatari Interni devono agire con onestà, lealtà, dignità e integrità, evitando qualsiasi forma di conflitto tra la sfera personale e quella professionale. I Destinatari Interni sono inoltre tenuti a tutelare, attraverso i propri comportamenti, l'immagine del Gruppo Allianz e a preservare l'integrità del patrimonio aziendale.

(3) I Destinatari Interni sottoposti a processo penale - nei confronti dei quali sia stata, cioè, esercitata l'azione penale - per reato non colposo, devono darne immediata notizia inviando una *e-mail* alla casella di posta elettronica unità.normativa.lavoro@allianz.it, con la sola eccezione di Allianz Bank Financial Advisors S.p.A., Investitori SGR S.p.A. e RB Fiduciaria S.p.A. per le quali la casella di riferimento è risorseumaneallianzbank@allianz.it.

Gli intermediari assicurativi che distribuiscono prodotti del Gruppo Allianz, ovvero agenti, *broker*, e produttori assicurativi, così come i consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede, devono trasmettere la suddetta informativa alla casella wb.agenti@allianz.it.

(4) Tutti i responsabili di specifiche attività e delle unità organizzative devono esercitare i poteri connessi alla delega ricevuta con obiettività ed equilibrio, rispettando la dignità dei propri collaboratori, dei quali devono curare adeguatamente la crescita professionale. Infatti, è interesse del Gruppo

Allianz favorire lo sviluppo del potenziale di ciascuna risorsa.

(5) La realizzazione di un ambiente di lavoro rispettoso dei principi etici e di comportamento a cui si ispira il *business* del Gruppo Allianz, richiede il coinvolgimento attivo di ciascuna risorsa. In particolare, nei rapporti con i superiori gerarchici ed in genere con i colleghi, ogni dipendente deve comportarsi in base a principi di civile convivenza e con spirito di piena collaborazione.

2. Principi di condotta della rete distributiva

(1) Gli intermediari assicurativi che distribuiscono i prodotti del Gruppo Allianz, ovvero gli agenti, i *broker* i produttori assicurativi e, limitatamente ad Allianz Bank Financial Advisors S.p.A. e Investitori SGR S.p.A., i consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede, sono selezionati sulla base di criteri di professionalità, integrità, trasparenza e imparzialità.

(2) In particolare, contestualmente al reclutamento di nuovi agenti e consulenti finanziari, le Società del Gruppo richiedono che i medesimi comunichino l'eventuale esercizio di funzioni pubbliche, in linea con quanto disposto dall'art. 53 D.lgs. n. 165/2001, "*Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche*".

(3) In particolare, con specifico riferimento agli agenti assicurativi, i contratti di agenzia ricomprendono anche le seguenti dichiarazioni:

- non essere stati dichiarati falliti;
- non essere iscritti al ruolo di periti assicurativi;
- non avere rapporti di parentela/affinità fino al II grado con dipendenti del Gruppo Allianz;
- non essere coinvolti nell'esercizio di altre attività imprenditoriali, cariche e partecipazioni;

- non versare in situazioni di decadenza, divieto o sospensione ai sensi dell'art. 10 della Legge n. 575/1965.

Si raccomanda che i soggetti appartenenti alla rete distributiva si ispirino, nei loro comportamenti, ai seguenti principi:

- tutela della rispettabilità e dell'immagine del Gruppo Allianz;
- mantenimento dell'integrità del patrimonio del Gruppo Allianz;
- soddisfazione dei clienti, garantendo loro gli *standard* qualitativi previsti;
- principi di distribuzione leale e responsabile.

3. La crescita professionale

(1) Il Gruppo Allianz, sul luogo di lavoro, vieta discriminazioni e ogni tipo di abuso, come ad esempio discriminazioni legate alla razza, al credo religioso, all'appartenenza politica e sindacale, alla lingua, al sesso, all'orientamento sessuale, all'età e all'*handicap*.

(2) Il Gruppo Allianz promuove una cultura volta all'apprendimento continuo, in cui sono incoraggiati e tenuti in stretta considerazione le segnalazioni e i suggerimenti dei soggetti portatori di interessi (*stakeholder*).

(3) I fattori chiave su cui si basa la crescita professionale sono la *performance*, le competenze ed il potenziale di ciascuna risorsa.

4. Informazioni confidenziali e protezione dei dati

(1) La tutela dei dati dei clienti e la conformità alle normative vigenti in materia di protezione dei dati, sono principi fondamentali su cui si basa la fiducia dei clienti.

(2) Qualora persone terze, deliberatamente o fraudolentemente, cercassero di ottenere informazioni riservate dai Destinatari o quando questi ultimi

venissero comunque a conoscenza di situazioni di questo tipo, è fatto loro obbligo di darne tempestiva comunicazione, inviando una e-mail alla casella di posta elettronica compliance@allianzbank.it per Allianz Bank Financial Advisors S.p.A., Investitori SGR S.p.A. e RB Fiduciaria S.p.A.; oppure a compliance.di.gruppo@allianz.it, per tutte le altre società del Gruppo.

(3) Il Gruppo Allianz opera in stretta collaborazione con le Autorità Pubbliche e di Vigilanza; le comunicazioni da esse trasmesse e ricevute sono gestite esclusivamente dalle unità organizzative autorizzate.

5. Comunicazioni con stampa e media

(1) Tutte le comunicazioni del Gruppo Allianz devono essere complete, corrette, precise, puntuali e di facile comprensione.

(2) Il Gruppo Allianz rispetta l'indipendenza professionale dei giornalisti e dei *media* e, pertanto, non offre denaro per la gestione dei contenuti editoriali.

(3) La diffusione delle informazioni al pubblico relative al Gruppo Allianz è gestita esclusivamente dal personale autorizzato.

6. Partecipazione a titolo personale ad eventi pubblici

(1) Nel caso in cui un Destinatario appaia in pubblico o prenda parte a dibattiti pubblici a titolo personale, deve adottare adeguate misure affinché, in tali occasioni, egli non sia erroneamente considerato rappresentante del Gruppo Allianz.

7. Identità digitale sui *social media*

(1) Nel caso in cui un Destinatario Interno partecipi a piattaforme pubbliche o applicazioni *internet*, c.d. “*social media*” per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio, deve attenersi alle linee guida adottate dal Gruppo Allianz (cfr. Allegato 2, Doc. n. 6 “*Linee Guida Allianz per l’uso dei social network*”).

(2) La “socialità” è sempre stata il fulcro dell’attività del Gruppo Allianz, come stile di comportamento. La crescente popolarità dei *social media* offre opportunità per il *business* ma presenta anche alcune insidie.

(3) Ciò che dovrebbe essere privato potrebbe facilmente diventare pubblico. Ciò che è destinato alle orecchie di pochi può essere ascoltato da tutti. L’uso dei *social media* può essere paragonato al partecipare a una conversazione durante una cena, con tutto il mondo seduto intorno al tavolo.

(4) In queste circostanze è bene tutelare e rafforzare la reputazione della nostra azienda e del nostro marchio e salvaguardare la fiducia dei clienti che utilizzano questi canali emergenti.

8. Informazioni utili ai clienti

(1) I Destinatari devono fare in modo che le azioni o le dichiarazioni rilasciate non risultino fuorvianti per i clienti o per il mercato.

(2) Il Gruppo Allianz si impegna affinché la cortesia, l’attenzione, la correttezza e la chiarezza di comunicazione siano elementi distintivi nei rapporti con i clienti.

(3) Nel caso in cui sia stabilita una relazione, o sia offerto un prodotto o un servizio a un cliente, allo stesso devono essere fornite tutte le informazioni necessarie per metterlo in grado di prendere una decisione ponderata, con riferimento ai prodotti/servizi e all’intermediario.

(4) Le informazioni che devono essere fornite dipendono dal tipo di servizio, dal

prodotto e dal livello di conoscenza delle categorie di clienti destinatarie. Lo stesso principio è applicato alle informazioni richieste dal cliente nell’ambito della consulenza.

9. Potenziali conflitti d’interesse con i clienti

(1) Il Gruppo Allianz presta molta attenzione agli interessi dei clienti. I conflitti d’interesse possono generare dubbi circa l’integrità e la professionalità del Gruppo. I potenziali conflitti d’interesse devono essere preventivamente identificati.

(2) Nel caso in cui non si possa evitare, ciascuna situazione di conflitto deve essere correttamente gestita. In linea generale, le norme relative alla gestione dei conflitti di interesse sono contenute nelle specifiche *policy* adottate dal Gruppo (cfr. Allegato 3, Doc. n. 5 “*Policy in materia di conflitti di interesse*” e Allegato 4, Doc. n. 2 “*Protocollo di autonomia per la gestione dei conflitti di interesse*” e Doc. n. 3 “*Policy in materia di conflitti di interesse*” per Investitori SGR).

10. Potenziali conflitti tra gli interessi personali dei Destinatari Interni e quelli di Gruppo

(1) Le società del Gruppo Allianz si attendono dai propri esponenti, comportamenti eticamente ineccepibili, oltre che legalmente e professionalmente corretti, comportamenti atti a rinsaldare la relazione di fiducia reciproca con i clienti ed a consolidare l’immagine delle società del Gruppo Allianz.

(2) Pertanto, ai Destinatari Interni è richiesto di:

- operare con onestà ed integrità nei rapporti intercorrenti fra loro, con le società del Gruppo, con gli azionisti, con le società concorrenti, con i clienti e, in genere, con i terzi, siano essi Pubbliche Amministrazioni o soggetti privati;

- osservare le disposizioni legali proprie di ciascuno degli ordinamenti in cui operano le società;
- evitare conflitti di interesse con la società di appartenenza e con tutte le altre società del Gruppo e, comunque, comportamenti da cui potrebbe derivare una pubblicità negativa per le stesse;
- evitare conflitti di interesse nell'ambito dello svolgimento delle proprie attività di *business* (es. il liquidatore non può gestire una pratica a favore di familiari).

(3) È principio legale che *“Il prestatore di lavoro non deve trattare affari, per conto proprio o di terzi, in concorrenza con l'imprenditore, né divulgare notizie attinenti all'organizzazione e ai metodi di produzione dell'impresa, o farne uso in modo da poter recare ad essa pregiudizio”* (art. 2105 c.c.).

(4) L'obbligo di fedeltà, nel quale si riassumono i citati doveri, comporta, in particolare, per ogni dipendente:

- il divieto di assumere occupazioni con rapporto di lavoro subordinato alle dipendenze di terzi, senza la preventiva autorizzazione dell'impresa di appartenenza;
- il divieto di svolgere attività comunque contrarie agli interessi dell'impresa o incompatibili con i doveri dell'ufficio, all'assolvimento dei quali il lavoratore deve destinare le proprie energie lavorative nei termini e con le modalità previste nel contratto di lavoro.

(5) Pertanto, l'eventuale assunzione di incarichi e/o responsabilità (comprese, in via esemplificativa, l'attività consulenziale o la cooptazione nei Consigli di Amministrazione) in imprese non facenti parte del Gruppo Allianz richiede, necessariamente, una preventiva e specifica approvazione da parte dei Comitati Disciplinari. A tal fine i soggetti devono inviare una comunicazione alla Funzione Compliance all'indirizzo di posta elettronica compliance@allianzbank.it per Allianzbank Financial Advisors S.p.A., Investitori SGR S.p.A. e RB Fiduciaria S.p.A. ed all'indirizzo

compliance.di.gruppo@allianz.it per tutte le altre società del Gruppo.

11. Gestione dei reclami

(1) Il Gruppo Allianz tratta tutti i reclami (da chiunque presentati) nel rispetto delle norme di legge e regolamentari applicabili, con tempestività e correttezza.

12. Financial-Reporting

(1) Il Gruppo Allianz si impegna a fornire dati finanziari, *report* e comunicazioni contenenti informazioni complete, tempestive, accurate, chiare e affidabili. Tale impegno è garantito dalle unità organizzative espressamente preposte a tale attività. I soggetti coinvolti nell'elaborazione dei dati contabili e finanziari hanno il compito di istituire e mantenere sistemi e procedure idonee al fine di garantire un adeguato presidio di controllo interno sui dati contabili e finanziari e sulle relative informazioni fornite al pubblico.

13. Corruzione

(1) Il Gruppo Allianz vieta qualsiasi forma di corruzione.

(2) Le società del Gruppo Allianz adottano specifici presidi anticorruzione nell'ambito del proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. n. 231/2001.

(3) I successivi paragrafi (dal n. 14 al n. 17), descrivono le regole di condotta da adottare per evitare episodi di corruzione.

14. Accettazione di regali o altri benefit/intrattenimenti

(1) I regali e le donazioni, di qualunque importo, possono innescare un potenziale

conflitto di interesse e costituire una minaccia per la reputazione del Gruppo Allianz.

(2) È quindi proibita l'accettazione di regali o omaggi, qualora vengano compromessi gli interessi del Gruppo Allianz o venga intaccata l'indipendenza professionale dei Destinatari.

(3) Non si possono accettare inviti a pranzi o cene di lavoro, in contesti esageratamente sfarzosi, di valore eccessivo, frequenti o privi di scopo commerciale, tali da risultare sconvenienti.

(4) L'accettazione da parte dei dipendenti di regalie e altri *benefit* è regolato nel "*Codice di condotta in materia di regali e intrattenimenti*" (cfr. Doc. n. 3, Allegato 2, "*Policy, Regolamenti e Linee Guida vigenti*").

15. Concessione di regali o altri benefit/intrattenimenti

(1) La concessione di regali o altre forme di *benefit* da parte dei dipendenti è considerata coerente con le consuete pratiche commerciali e ritenuta un mezzo adeguato per stabilire e mantenere un buon rapporto commerciale. Tali attività possono comunque produrre, o celare, un potenziale conflitto d'interesse e una minaccia per l'indipendenza professionale della controparte commerciale. Devono, quindi, essere adottate misure preventive per evitare potenziali conflitti d'interesse o un qualsiasi impatto negativo sulla reputazione del Gruppo Allianz.

(2) Pertanto, i dipendenti devono rispettare le seguenti regole:

- non devono essere concessi *benefit* o inviti a eventi di intrattenimento con lo scopo di ottenere vantaggi di *business* impropri;
- nessun *benefit* o invito a eventi di intrattenimento deve essere in conflitto con l'etica di *business* e con le regole di *compliance*.

(3) La concessione di regali o altre forme di *benefit* da parte dei dipendenti, compresi gli inviti a eventi "*non-business*" (intrattenimento), è regolata nel "*Codice di condotta in materia di*

regali e intrattenimenti" (cfr. Doc. n. 3, Allegato 2, "*Policy, Regolamenti e Linee Guida vigenti*").

16. Omaggi concessi ai rappresentanti della Pubblica Amministrazione

(1) I pubblici ufficiali e i dipendenti pubblici, così come le persone elette a cariche pubbliche ed i politici, devono essere considerati come portatori esclusivamente di interessi pubblici.

(2) Non sono consentiti omaggi, anche sotto forma di gesti di ospitalità, nei confronti dei predetti soggetti, a meno che non siano di modico valore e, comunque, tali da non poter compromettere la loro indipendenza o l'integrità e la reputazione loro e del Gruppo Allianz.

(3) Quando si renda comunque opportuno effettuare omaggi a vantaggio di tali soggetti, ciò deve avvenire in modo trasparente (es. non devono mai essere inviati al loro indirizzo personale, ma consegnati presso la sede di lavoro).

(4) In tali casi, i dipendenti devono comunque consultare preventivamente la Funzione *Compliance* inviando una *e-mail* all'indirizzo

regali.e.intrattenimenti@allianzbank.it per Allianz Bank Financial Advisors S.p.A., Investitori SGR e RB Fiduciaria ed a regali.e.intrattenimenti@allianz.it per tutte le altre società del Gruppo (cfr. Doc. n. 3, Allegato 2, "*Codice di condotta in materia di regali e intrattenimento*").

17. Contributi politici o di beneficenza/sponsorizzazioni

(1) I contributi offerti in beneficenza e le sponsorizzazioni devono essere concessi coerentemente alle norme vigenti e alla politica aziendale. Contributi e finanziamenti a

fini politici e assistenziali devono essere erogati nei termini previsti dalla legge ed essere preventivamente autorizzati dal Consiglio di Amministrazione o dalle Funzioni aziendali delegate.

(2) Le sponsorizzazioni si configurano come una relazione di scambio nella quale l'impresa fornisce supporto finanziario a una persona, un gruppo o un'organizzazione, al fine di permettere a questi di svolgere le proprie attività e di ottenere controprestazioni per favorire i propri obiettivi di *marketing* e di comunicazione. Relativamente a questo tema, sono state istituite apposite Linee Guida.

(3) In linea generale, le norme applicabili in materia di donazioni concesse dalle società del Gruppo Allianz, sono dettagliate nelle relative Linee Guida. Tali Linee Guida sono integrate dal "Codice Anticorruzione", dal "Codice in materia di regali e intrattenimento", dal "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. n. 231/2001", dal "Codice Antifrode" e dalla normativa vigente per gli agenti assicurativi e i consulenti finanziari.

18. Insider Trading

(1) La gestione delle informazioni cosiddette *price sensitive* (ossia le informazioni e i documenti non di pubblico dominio idonei, se resi pubblici, ad influenzare sensibilmente il prezzo degli strumenti finanziari emessi o ad avere impatto sulle attività di Allianz S.p.A. e/o delle società del Gruppo) è eseguita ai sensi delle procedure applicabili (cfr. Doc. n. 1, Allegato 2, "Allianz Standard for Capital Markets Compliance", e, per la Banca, Doc. n. 1, Allegato 3, "Policy in materia di operazioni personali" e Doc. n. 1 Allegato 4, "Policy in materia di operazioni personali"). I Destinatari sono tenuti al pieno rispetto delle disposizioni previste da leggi e regolamenti che vietano operazioni di *insider trading*.

(2) Le informazioni confidenziali *price sensitive* non possono essere utilizzate o diffuse nemmeno in parte, se non per quanto strettamente necessario ai fini delle proprie

attività (principio del "Need to Know"). I Destinatari in possesso di questo tipo di informazioni sono tenuti a non raccomandare o effettuare alcuna operazione in azioni o altri strumenti finanziari il cui prezzo può essere influenzato dalle stesse.

I Destinatari Interni sono tenuti ad informare tempestivamente la funzione Compliance di essere in possesso di informazioni confidenziali *price sensitive*, anche nel caso in cui il soggetto sappia, o abbia ragione di ritenere che la competente funzione di Compliance sia già stata informata da altri. Tale informativa deve essere data alla funzione Compliance di Allianz Bank Financial Advisors S.p.A., per quanto di pertinenza della banca stessa, di Investitori SGR S.p.A. e di RB Fiduciaria S.p.A., ed alla funzione Compliance di Gruppo per tutte le altre società del Gruppo.

19. Autorizzazioni e licenze

(1) Gli agenti e i consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede, facenti parte della rete distributiva delle società del Gruppo Allianz, devono possedere appropriate licenze e autorizzazioni, in via preventiva rispetto alla conduzione di qualsiasi forma di *business* correlata alle società del Gruppo Allianz.

20. Salvaguardia delle proprietà del Gruppo e delle risorse naturali

(1) I beni immobili e le installazioni, i documenti afferenti l'attività lavorativa, gli strumenti di lavoro e ogni altro bene, fisico o immateriale di proprietà del Gruppo Allianz, non possono essere utilizzati dai Destinatari Interni, né essere da loro trasferiti o messi a disposizione di terzi, anche temporaneamente, nella misura in cui ciò potrebbe creare pregiudizio per gli interessi del Gruppo.

(2) Nel corso delle proprie attività, i Destinatari Interni devono impegnarsi alla salvaguardia delle risorse naturali e devono

assicurare che il potenziale impatto negativo delle attività di *business* sull'ambiente sia il più possibile contenuto, attraverso il risparmio delle risorse e la pianificazione efficiente dell'energia, dell'edilizia, la gestione degli edifici, nonché riciclando il materiale di scarto. Ciascun Destinatario Interno deve considerare gli aspetti economici, così come quelli ecologici e sociali, nella scelta dei fornitori, del materiale pubblicitario e dei servizi esterni.

21. Prevenzione del riciclaggio e finanziamento del terrorismo, presidio di attività illegali

(1) Le strutture del Gruppo Allianz non devono essere utilizzate per il compimento di attività illecite; il Gruppo adotta adeguate misure volte a prevenire abusi di tal genere da parte di componenti degli organi sociali, dipendenti, agenti, *broker*, produttori assicurativi, consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede, fornitori e terze parti in genere, consulenti esterni e clienti.

(2) Il Gruppo Allianz è impegnato a livello internazionale nella lotta contro il riciclaggio e il finanziamento al terrorismo secondo i principi delle normative vigenti in materia.

(3) Il Gruppo Allianz si adopera ai fini della prevenzione del reato di riciclaggio di denaro (D.lgs. n. 231/2007).

(4) Il Gruppo Allianz vigila anche sull'individuazione degli eventuali rapporti di affari intrattenuti da soggetti segnalati come coinvolti in attività terroristiche internazionali, sulla base degli elenchi resi pubblici dalle competenti Autorità Nazionali e internazionali.

(5) Nello svolgimento delle attività lavorative, i Destinatari Interni non devono commettere, e neppure tollerare, attività illegali. Ciò vale, in particolare, per qualsiasi violazione delle norme sull'*anti-trust* (cfr. Doc. n. 4, Allegato 2, "*Codice Antitrust Allianz*") o per qualsiasi coinvolgimento in evasione fiscale, inclusa qualsiasi forma di complicità nella frode fiscale.

22. Etica di *business*

(1) I principi enucleati nel presente Codice Etico e di Comportamento possono essere rispettati esclusivamente con lo sforzo congiunto di tutti. È responsabilità di ciascuno dei Destinatari conformarsi al presente Codice Etico e di Comportamento. Ciascun superiore gerarchico è responsabile del continuo rispetto del presente Codice Etico e di Comportamento da parte dei suoi sottoposti.

(2) Ciascun Destinatario, qualora venga a conoscenza di azioni scorrette, deve segnalarle secondo i processi indicati nel successivo paragrafo 23. Ciò contribuisce a prevenire l'insorgere di piccoli problemi che potrebbero poi sfociare in problematiche più ampie.

23. Tutela dei Destinatari in caso di azioni scorrette o illegali

(1) Le società del Gruppo Allianz hanno definito gli strumenti di comunicazione che i Destinatari possono utilizzare per segnalare atti o fatti che possono costituire una violazione delle norme disciplinanti l'attività aziendale.

(2) Gli strumenti di segnalazione sono disegnati in modo da garantire sempre la riservatezza e la protezione dei dati personali del soggetto che effettua la segnalazione e del soggetto eventualmente segnalato.

(3) I suddetti strumenti sono infatti strutturati in modo che le segnalazioni possano essere ricevute, esaminate e valutate attraverso canali dedicati, autonomi e indipendenti rispetto alle ordinarie linee di *reporting*.

(4) Nessun Destinatario che comunichi in buona fede un sospetto può essere esposto a ritorsioni a causa della comunicazione effettuata, anche qualora il sospetto si riveli infondato.

(5) Sono identificati diversi canali di comunicazione, alcuni dei quali garantiscono l'anonimato del segnalante, utilizzabili dai

Destinatari per effettuare segnalazioni di azioni scorrette o illegali, oltre che dai dipendenti o persone in posizione comparabile per le segnalazioni in materia di antiriciclaggio ai sensi dell'art. 48 del D.Lgs. 231/2007, come modificato, da ultimo, dal D.Lgs. 90/2017. È possibile infatti:

- ✓ riferire al diretto responsabile/referente, il quale, a sua volta, dovrà tempestivamente trasmettere la segnalazione all'unità Compliance di AllianzBank per Allianz Bank Financial Advisors S.p.A., Investitori SGR e RB Fiduciaria o a Coordinamento Antifrode di Compliance di Gruppo per tutte le altre società del Gruppo;
- ✓ scrivere una email all'indirizzo antifrode@allianzbank.it per Allianz Bank Financial Advisors S.p.A., Investitori SGR e RB Fiduciaria ed a AFC@allianz.it per tutte le altre società del Gruppo;
- ✓ scrivere una lettera, anche in forma anonima, a:
Allianz S.p.A. (oppure Allianz Bank Financial Advisors S.p.A. od altra società del Gruppo Allianz a cui la segnalazione si riferisce), all'attenzione del Local Integrity Committee
c/o Studio Legale Guasti nella persona del Notaio Francesco Guasti
Piazza Paolo Ferrari, 8
20121 Milano;
- ✓ utilizzare l'applicativo Whistleblowing: Segnalazioni Whistleblowing, presente nel portale verticale di Compliance di Gruppo - sezione Segnalazioni - che permette anch'esso segnalazioni anonime;
- ✓ inviare una segnalazione via Speak Up (posta di Denuncia/Segnalazione) dalla Intranet di Gruppo a Group Compliance di Allianz S.E.

(6) Tali istruzioni sono anche riportate nella *intranet* aziendale e, con riferimento ad Allianz Bank Financial Advisors S.p.A., nello specifico regolamento adottato (cfr. Allegato 3,

Doc.4: "Regolamento per la gestione delle segnalazioni delle violazioni interne (Whistleblowing)").

24. Sanzioni

(1) Per i dipendenti l'osservanza del Codice Etico e di Comportamento è conseguenza dei doveri generali di lealtà, di fedeltà, di correttezza, di esecuzione del rapporto di lavoro secondo buona fede ed è richiesta anche in base e per gli effetti di cui all'art. 2104 del Codice Civile ("Diligenza del prestatore di lavoro"). Le violazioni alle norme del Codice Etico e di Comportamento costituiscono quindi un inadempimento alle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro, con ogni conseguenza contrattuale e di legge, anche con riferimento alla rilevanza delle stesse quale illecito disciplinare e/o alla conservazione del rapporto di lavoro.

(2) L'inosservanza del Codice Etico e di Comportamento da parte dei Destinatari comporta sanzioni diverse a seconda del ruolo del Destinatario interessato, oltre al risarcimento dei danni eventualmente derivanti da tale inosservanza

(3) Per i componenti degli organi sociali, le violazioni del Codice Etico e di Comportamento possono portare gli organi sociali competenti all'adozione delle misure più idonee previste o consentite dalla legge.

(4) Per agenti, consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede, *broker* e produttori assicurativi le violazioni del Codice Etico e di Comportamento e delle procedure interne determinano l'applicazione dei provvedimenti sanzionatori previsti nei rispettivi contratti e/o nelle procedure interne (sempre commisurati alla gravità della violazione ed alle relative circostanze oggettive e soggettive).

(5) Le violazioni commesse dai fornitori e dai consulenti esterni, infine, sono sanzionabili in conformità a quanto previsto nei relativi incarichi e contratti.

PARTE II – ATTIVITA' CONNESSE AI SERVIZI DI INVESTIMENTO

Premessa

(1) Ferma restando la specifica disciplina di cui alle procedure interne, il presente Codice Etico e di Comportamento contiene anche le regole volte a disciplinare le attività connesse alla prestazione dei servizi di investimento, così come definiti dal Decreto Legislativo n. 58/1998 (di seguito "TUF"), da parte dei dipendenti, dei consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede (di seguito "Financial Advisor") e dei produttori assicurativi (tutti di seguito anche "Soggetti Rilevanti").

(2) In particolare, all'interno della presente sezione sono trattate le regole comportamentali applicabili ai Soggetti Rilevanti con riferimento:

- alle regole generali riferibili alla esecuzione di operazioni personali aventi ad oggetto strumenti finanziari e alla gestione dei conflitti di interesse;
- alle procedure concernenti i rapporti con gli investitori/clienti che intendano avvalersi di procuratori o incaricati ai fini della stipulazione dei contratti o dell'effettuazione di operazioni.

1. Regole generali di comportamento

(1) Operazioni personali

Ai Soggetti Rilevanti sono vietate tutte le operazioni disposte, sia presso la società di appartenenza (da intendersi nel seguito il Gruppo Allianz Bank o Investitori SGR) che presso altri intermediari, su strumenti finanziari, così come definiti dal TUF, che possono determinare una perdita superiore al capitale inizialmente investito (ad esempio *futures*).

Eventuali ulteriori regole in materia di operazioni su strumenti finanziari rivolte ai dipendenti sono disciplinate dalla società di appartenenza tramite specifici *policy/procedure* interne/ordini di servizio.

Sono escluse le operazioni legate ad iniziative di incentivazione dei Soggetti Rilevanti promosse dalle società del Gruppo Allianz.

(2) Operazioni in contropartita con i clienti
Ai Soggetti Rilevanti è vietato effettuare, in contropartita con i clienti, operazioni su strumenti finanziari per proprio conto, anche per interposta persona. Tale divieto sussiste anche con riferimento all'effettuazione di operazioni in contropartita con la società di appartenenza.

(3) Operazioni presso altri intermediari
I Soggetti Rilevanti devono attenersi alle disposizioni del presente Codice Etico e di Comportamento, anche nel caso di operazioni effettuate, a titolo personale, presso altri intermediari.

Non sono comprese nella disciplina in esame le operazioni effettuate sulla base di un mandato di gestione di portafogli, nel caso in cui sia stata prevista la rinuncia alla facoltà di impartire istruzioni specifiche.

I dipendenti sono tenuti a conservare evidenza delle operazioni personali effettuate e, su richiesta, ad attestare l'eventuale esecuzione di operazioni di compravendita, presso qualunque intermediario, in Italia o all'estero, su specifici strumenti finanziari ritenuti rilevanti anche al fine di quanto previsto al paragrafo 5, "Insider trading" del presente Codice Etico e di Comportamento.

(4) Modalità di esecuzione delle operazioni

Le operazioni personali non devono in nessun caso configurare comportamenti manipolativi del mercato (ad esempio, tramite la diffusione di notizie false e la realizzazione di operazioni simulate, nonché di ogni altro artificio concretamente idoneo a provocare una alterazione del prezzo di strumenti finanziari). L'operatività in strumenti finanziari dei Soggetti Rilevanti è effettuata in conformità alle *policy* e procedure interne vigenti (cfr. paragrafo 5 sopra citato).

Le operazioni personali devono essere tali da non compromettere il corretto e professionale svolgimento e adempimento delle proprie mansioni, nell'interesse della clientela e delle società del Gruppo Allianz. Ad esempio, sono vietate, ove ne ricorrano le condizioni, le operazioni personali su strumenti finanziari effettuate con una frequenza tale da evidenziare una finalità speculativa diversa rispetto alla semplice attività di investimento del patrimonio personale.

Tutte le transazioni di carattere contabile relative ai servizi di investimento che prevedono anche imputazioni su rapporti dei quali il dipendente sia titolare, contitolare o delegato dovranno essere eseguite da altro dipendente.

(5) Conflitti di interesse

Ai Soggetti Rilevanti è vietato effettuare operazioni nelle quali ci sia un interesse personale in conflitto con quello dei clienti.

Inoltre, ai Financial Advisor è vietato consigliare ai clienti un servizio di investimento, uno strumento o un prodotto finanziario che non risponda alle esigenze dei clienti ma ad un interesse del Financial Advisor medesimo.

2. Rapporti con i clienti

(1) Incarichi e procure da parte della clientela

Nell'ambito della prestazione dei servizi di investimento offerti e/o dei contratti eseguiti, i Soggetti Rilevanti possono accettare dalla clientela procure o incarichi solamente qualora questi ultimi siano il coniuge, il convivente, un parente entro il secondo grado (e, per i dipendenti, anche gli affini) del procuratore o dell'incaricato. Inoltre è consentito ai Soggetti Rilevanti assumere per i predetti soggetti (coniuge, il convivente, parenti entro il secondo grado e, per i dipendenti, anche gli affini) il ruolo di tutore, curatore o

amministratore di sostegno o altro incarico previsto dalla legge o dalla normativa tempo per tempo applicabile, purché ciò risulti da un provvedimento dell'autorità giudiziaria.

Inoltre, è consentito ai Soggetti Rilevanti essere cointestatari con il coniuge, con il convivente o con il parente entro il secondo grado (e, per i dipendenti, anche con gli affini), di contratti aventi ad oggetto conti correnti e/o servizi di investimento e/o polizze assicurative.

(2) Regole di comportamento per i Financial Advisor

Nel caso in cui il Financial Advisor sia socio e/o amministratore di una società e/o partecipi a qualunque titolo ad una associazione senza scopo di lucro³ e la detta società/associazione sia/diventi cliente della società di appartenenza, assegnata al Financial Advisor, quest'ultimo deve assicurare di evitare potenziali conflitti di interessi nello svolgimento delle proprie attività, ad esempio non può gestire all'interno del portafoglio di clienti posizioni relative ad investimenti nelle società ed enti di cui egli sia socio od alle quali partecipi a qualunque titolo. Diversamente, il Financial Advisor può assistere gli altri soci e/o amministratori della società/associazione di cui egli stesso è socio/amministratore, tranne nel caso in cui il socio/amministratore ponga posizioni personali a garanzia della società/associazione.

Laddove il Financial Advisor eserciti direttamente, o tramite il coniuge, convivente o parente convivente entro il secondo grado, il ruolo di amministratore di sostegno/tutore o curatore di clienti, tali soggetti non potranno essere assegnati al Financial Advisor.

Nei casi in cui vi sia il dubbio che una determinata operazione sia in conflitto di interessi, il consulente finanziario abilitato all'offerta fuori sede richiederà preventiva autorizzazione alle competenti strutture della società di appartenenza, facendo pervenire la richiesta all'U.O. Legale.

³ Tenendo comunque in considerazione l'art. 157 del Regolamento Intermediari (Delibera Consob 20307/2018 e successive modifiche ed integrazioni) in cui sono disciplinate

le attività incompatibili con quella di consulente finanziario abilitato all'offerta fuori sede.

In ogni caso, è fatto divieto al Financial Advisor di:

- ricevere dalla clientela procure od incarichi a disporre in qualsiasi modo delle somme o di altri valori di pertinenza della stessa;
- ricevere incarichi di domiciliazione da qualunque soggetto;
- ricevere utilità, omaggi regali, ecc. e/o prestiti da parte di clienti diversi dal coniuge, dal convivente o dai parenti entro il secondo grado.

Nel caso in cui il Financial Advisor sia nominato beneficiario di polizze vita da parte di clienti diversi dal coniuge, dal convivente o dai parenti entro il secondo grado, lo stesso dovrà ottenere una preventiva autorizzazione da parte della Compliance (compliance@allianzbank.it).

È consentito al Financial Advisor di Allianz Bank Financial Advisors S.p.A. di essere cointestatario con altri consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede della società dei soli conti correnti volti esclusivamente alla gestione amministrativa del centro di promozione finanziaria dove essi operano.

I consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede possono comunicare le informazioni confidenziali e privilegiate acquisite dalla clientela o di cui dispongano in ragione della loro attività al soggetto i cui servizi o prodotti sono collocati, nel rispetto delle procedure interne vigenti.