

Codice etico

Data redazione: 27/03/2024

1.0 Chi siamo

Webranking è un'agenzia di marketing digitale.

Abbiamo oltre un quarto di secolo di storia ed esperienza e ci distinguiamo non solo per l'eccellenza nei servizi ma anche per il nostro impegno verso la costruzione di un alto benessere organizzativo per i nostri collaboratori e nei rapporti che vogliamo costruire con i nostri clienti.

Siamo infatti riconosciuti sia per la qualità di quanto facciamo che per essere riusciti a costruire un ambiente che ci vede fra i migliori posti di lavoro in Italia e in Europa secondo le indagini di Great Place to Work.

Webranking eroga servizi di consulenza di marketing digitale, opera come centro media per il planning e l'acquisto di pubblicità e si occupa dell'utilizzo ottimale della tecnologia necessaria a chiunque voglia gestire con successo strategie di comunicazione, marketing e commerciali online.

1.1 Manifesto sul ruolo delle persone

Crediamo che siano le persone - dentro e fuori dalla nostra organizzazione - il motore vero che fa muovere le aziende e le può portare al successo. Per questo prestiamo molta attenzione ai rapporti che siamo in grado di costruire con i tanti manager e persone insieme alle quali lavoriamo presso i nostri clienti e con tutti i nostri colleghi che fanno parte di Webranking.

Questi rapporti devono essere improntati anche ai principi etici e di correttezza che raccontiamo in questo documento.



1.2 La nostra visione e i nostri valori

Siamo fermamente convinti che il nostro successo aziendale sia costruito su fondamenta che ci siamo dati in termini di principi di integrità, rispetto delle norme e responsabilità. Riteniamo che il vero valore sia rappresentato dalle persone che compongono la nostra organizzazione e dall'investimento continuo nel loro sviluppo professionale e del loro well-being. Eguaglianza di opportunità, equità nella retribuzione e promozione di un ambiente lavorativo inclusivo sono pilastri della nostra filosofia.

1.3 Impegno etico

Il nostro codice etico non è semplicemente un insieme di regole che abbiamo voluto darci e che ci impegniamo a seguire. Sono un'altra delle espressioni della nostra cultura aziendale che si estende a dirigenti, dipendenti, collaboratori e partner. Non consideriamo esaustivo questo elenco di principi e ci aspettiamo che possano ispirare e orientare i nostri comportamenti anche in situazioni inaspettate o nuove.

1.4 Destinatari del codice etico

I destinatari di questo Codice Etico - ai sensi anche del D. Lgs 231/01 sono i seguenti:

- i membri del Consiglio di Amministrazione;
- l'Organo di controllo, la Società di revisione e l'Organismo di Vigilanza;
- i dirigenti ed i quadri;
- i dipendenti con contratto di lavoro a tempo indeterminato, determinato o apprendistato;
- i dipendenti con contratto di somministrazione;



WEBRANKING

- i collaboratori esterni;
- i fornitori di servizi che comportino prestazioni d'opera anche temporanea, tali da porre in essere un rapporto fiduciario con l'azienda.

Il Codice non riguarda quindi solo i rapporti interni a Webranking ma ispira i rapporti che intratteniamo con clienti, fornitori e tutte le parti terze con le quali ci troviamo a operare nella nostra quotidianità.

L'osservanza di questo Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni di tutti i destinatari di cui sopra. Ci impegniamo a dare la massima diffusione al modello organizzativo 231/01 e ai principi che lo ispirano anche tramite un programma di informazione e sensibilizzazione che si manifesta in questo modo:

- organizzando programmi di formazione e sensibilizzazione sui contenuti del Codice Etico attraverso riunioni o corsi;
- assicurando la diffusione del Codice a tutto il personale e ai terzi attraverso pubblicazione sul sito www.webranking.it e nella nostra intranet;
- a verificare periodicamente il rispetto e l'osservanza del Codice;
- a garantire la revisione e l'aggiornamento del Codice per adeguarlo a eventuali mutamenti nella struttura organizzativa o gestionale, all'evoluzione della sensibilità civile e delle condizioni ambientali e normative;
- ad adottare adeguati strumenti di prevenzione, l'attuazione di misure sanzionatorie idonee e la tempestiva applicazione di queste misure in caso di comprovata violazione delle previsioni del Codice.

I dipendenti di Webranking, essendo il Codice Etico parte integrante del rapporto di lavoro, si impegnano ad agire e a comportarsi in linea con quanto indicato nel presente documento, a



segnalare eventuali violazioni non appena ne vengano a conoscenza, a cooperare nel rispetto delle procedure interne predisposte per dare attuazione al Codice.

2.0 I nostri principi

2.1 Rispetto delle norme e delle leggi

Ci impegniamo a rispettare tutte le normative di legge. Questo è un elemento basilare dell'agire civile che intendiamo ribadire anche se sarebbe scontato.

Ogni destinatario di questo codice etico - dirigenti, dipendenti, collaboratori e partner - è chiamato al rispetto delle leggi e dei regolamenti e si impegna in tal senso.

2.2 Trasparenza e legalità nei rapporti con la Pubblica Amministrazione

Ci impegniamo a costruire relazioni basate sulla trasparenza e sulla legalità con la Pubblica Amministrazione, inclusi gli individui in posizioni di particolare responsabilità politica. Questo significa che ogni interazione con ufficiali pubblici o con i soggetti incaricati di pubblico servizio deve sempre riflettere il pieno rispetto delle leggi, dei regolamenti (come il Codice di comportamento della P.A.) e delle nostre linee guida interne.

Chiediamo ai nostri collaboratori, soprattutto a coloro che detengono incarichi pubblici o collaborano con la Pubblica Amministrazione, di tenere l'azienda sempre informata sulle loro attività. Questo ci aiuta a garantire che tutte le nostre azioni siano in linea con i principi di etica e trasparenza che ci guidano.

Solo il personale esplicitamente autorizzato e preparato gestirà le relazioni con la Pubblica Amministrazione. È proibito offrire o promettere denaro o qualsiasi altro vantaggio a funzionari pubblici per ottenere trattamenti preferenziali o per qualsiasi scopo illegittimo. Questo divieto si



estende a tutti i tipi di regali o favori che potrebbero essere interpretati come tentativi di influenzare le decisioni ufficiali a nostro vantaggio, andando oltre le normali pratiche commerciali o di cortesia.

Questa nostra politica si applica non solo alle azioni dirette ma anche a quelle indirette, che potrebbero essere condotte tramite consulenti o intermediari. Siamo fermamente contrari a qualsiasi forma di corruzione, sia diretta che indiretta, e ci impegniamo a mantenere i più alti standard di integrità nelle nostre relazioni con la Pubblica Amministrazione.

2.3 Inclusività, equità di trattamento e rispetto della diversity

I temi di equità di trattamento, di inclusività e di rispetto di ognuno, indipendentemente dalle scelte individuali o dalla situazione in cui si trova, sono elementi fondanti della nostra organizzazione, fin dall'inizio. Ci impegniamo da sempre a costruire e mantenere un ambiente organizzativo il più possibile sereno, dove le persone si sentano al sicuro e possano manifestare appieno il loro potenziale e perseguire un personale processo di crescita professionale. Tuteliamo da sempre l'integrità morale, fisica e culturale di tutte le persone in Webranking. Nelle relazioni interne ed esterne, non ammettiamo comportamenti che abbiano un contenuto discriminatorio fondato su origine etnica, genere o identità di genere, credo religioso, età, stato di salute o fisico in generale, opinioni politiche e sindacali, orientamento sessuale e - più in genere - qualsiasi caratteristica o scelte della persona umana. Crediamo - e abbiamo sperimentato negli anni - che la diversità sia un valore che aggiunge valore a Webranking ma anche a ognuno di noi a livello personale e umano: attraverso il dialogo ed il confronto di idee, opinioni ed esperienze eterogenee sappiamo di arricchire il nostro bagaglio personale e professionale.

In Webranking abbiamo adottato un sistema strutturato per la gestione dei temi collegati alla parità di genere ai sensi della UNI PdR: 125:2022 ("Linea guida sul sistema di gestione per la parità di genere").



2.4 Rapporti con mezzi di comunicazione e social media

I rapporti con i mezzi di comunicazione - e oggi anche la gestione dei profili aziendali sui social media - sono improntati al rispetto della normativa vigente, dei regolamenti interni, nonché ai principi di correttezza professionale. Ogni comunicazione agli organi di informazione è demandata esclusivamente alle funzioni e ai professionisti a ciò preposti e autorizzati. Le notizie fornite dovranno avere carattere di completezza, trasparenza ed essere veritiere. Quando la comunicazione riguardasse o coinvolgesse clienti, viene data la massima attenzione ai contenuti e garantita l'autorizzazione preventiva da parte di ogni cliente prima di condividere informazioni che li riguardano.

2.5 Correttezza nelle relazioni commerciali

Siamo determinati a mantenere relazioni trasparenti e corrette con i nostri clienti e fornitori. Ciò include l'aderenza a contratti definiti in modo chiaro e il rispetto delle aspettative reciproche. Nei rapporti coi nostri clienti, garantiamo di ricercare la massima qualità nell'erogazione dei nostri servizi perché siamo consci che la soddisfazione dei clienti rappresenta un obiettivo di primaria importanza per costruire e mantenere relazioni solide basate anche sui valori espressi in questo Codice Etico. Adottiamo inoltre misure volte a evitare di intrattenere rapporti con clienti che possano essere implicati in attività illecite o privi dei requisiti necessari di serietà e affidabilità commerciale.

2.6 Prevenzione della corruzione privata verso fornitori e clienti

Ci impegniamo a selezionare fornitori e collaboratori esterni che non solo offrano professionalità adeguata ma che siano anche disposti a condividere i valori e i principi espressi nel nostro Codice Etico, prevenendo così il rischio di corruzione nel settore privato. Questo ci aiuta a mantenere relazioni chiare e corrette sia con i nostri fornitori che con i nostri clienti.



Webranking srl

Sede Legale: via Oratorio, 12/A Correggio (RE) ITALY

+39 (0)522 631.642

VAT#: IT01779850351

webranking.it

webranking.agency

Il nostro team addetto agli acquisti segue procedure interne ad hoc nella selezione e nella gestione delle relazioni con i fornitori e i collaboratori esterni, assicurandosi che chiunque possieda i requisiti necessari abbia la possibilità di competere per lavorare con noi. Valutiamo i fornitori basandoci su criteri oggettivi e trasparenti, e il pagamento per i beni o servizi forniti è sempre proporzionato al valore del contratto. Ci asteniamo da qualsiasi comportamento che possa essere considerato illegale o che non rispetti le buone prassi commerciali. Questo include evitare regali o attenzioni che superino il modico valore autorizzato dalla nostra direzione e che potrebbero essere interpretati come tentativi di influenzare indebitamente le nostre decisioni.

Analogamente, nei nostri rapporti con i clienti, proibiamo fermamente qualsiasi forma di corruzione, come offrire o promettere denaro o altri vantaggi per ottenere condizioni favorevoli in modo improprio. Ogni contratto che stipuliamo rispecchia principi di trasparenza, imparzialità, completezza e chiarezza, conformemente alla legislazione vigente.

In breve, in Webranking, la nostra condotta nelle relazioni commerciali riflette un impegno profondo verso l'onestà, la trasparenza e l'equità, con l'obiettivo di prevenire ogni forma di corruzione e di promuovere pratiche commerciali etiche.

2.7 Conflitti di interessi

Vigiliamo attentamente per prevenire situazioni in cui gli interessi personali possano entrare in conflitto con quelli dell'azienda. Ci aspettiamo che ogni decisione sia presa nell'interesse esclusivo di Webranking, così come ogni comportamento individuale sia improntato a proteggere l'azienda e a non generare vantaggi personali di sorta. Nessun collaboratore, indipendentemente dal suo ruolo e responsabilità, deve approfittare di opportunità che dovessero presentarsi grazie alla propria posizione in azienda o grazie alle informazioni in suo possesso e non deve svolgere attività che siano in concorrenza con Webranking. Qualsiasi situazione di conflitto di interessi tra attività economiche personali, familiari o di amicizia e le mansioni ricoperte non devono intaccare l'indipendenza di giudizio e di scelta di ognuno di noi. A titolo di esempio, non è accettabile che un



dipendente utilizzi gli elenchi di clienti e contatti di Webranking per commercializzare beni e servizi propri o di terzi, anche quando non siano in competizione con i prodotti o i servizi di Webranking. È importante considerare che questi conflitti di interesse possono riguardare sia aspetti economici che di reputazione di Webranking o di un qualsiasi collaboratore.

2.8 Rapporti con la concorrenza

Nell'ambito dei rapporti con i concorrenti, ci impegniamo ad agire in modo leale, sulla base della normativa antitrust, nonché delle ulteriori disposizioni di legge in materia, evitando la realizzazione di comportamenti che compromettano la libera concorrenza e la correttezza professionale.

2.9 Tracciabilità nella gestione delle transazioni finanziarie

Ogni operazione o transazione finanziaria deve essere autorizzata ed essere verificata e verificabile, legittima, congrua, coerente e correttamente rilevata e registrata nel sistema di contabilità aziendale, secondo i criteri indicati nei protocolli aziendali e il sistema delle deleghe interne.

Nessun dipendente o collaboratore può effettuare, in mancanza di adeguata documentazione di supporto e formale autorizzazione, alcun incasso o pagamento.

2.10 Comunicazioni sociali e bilanci di esercizio

Rispettiamo tutte le norme di legge relative alla compilazione del bilancio e le comunicazioni sociali. Tutti i soggetti che se ne occupano, devono operare in modo che non si verifichino eventi che possano alterare la corretta rappresentazione della realtà economica e finanziaria.

La chiave della nostra trasparenza è l'accuratezza, l'onestà e la completezza delle informazioni che registrano le nostre attività contabili. Tutti i membri del nostro Consiglio di Amministrazione, i dirigenti e i dipendenti sono chiamati a contribuire, secondo le proprie competenze, affinché le



operazioni aziendali siano correttamente e prontamente riflesse nei nostri registri, nel pieno rispetto delle norme che governano la contabilità. Proibiamo qualsiasi azione che possa danneggiare la trasparenza e la tracciabilità delle nostre informazioni finanziarie. Se i nostri dipendenti o collaboratori notano omissioni, falsificazioni, negligenze nella contabilità o nella documentazione - o qualsiasi altra violazione delle leggi su cui si basano i nostri registri contabili - devono segnalarlo tempestivamente al loro manager o all'Organismo di Vigilanza, seguendo le procedure stabilite dal Modello Organizzativo 231/01. Anche i consulenti esterni sono invitati a fare segnalazioni dirette all'Organismo di Vigilanza.

2.11 Riservatezza e confidenzialità nella gestione delle informazioni

In Webranking, riconosciamo che i nostri dipendenti possono avere accesso a informazioni molto delicate, che siano di proprietà dell'azienda o a volte anche di terzi. Queste informazioni possono spaziare dai dati finanziari a quelli tecnici, dalle informazioni sui dipendenti e clienti ai dati di vendita, risultati aziendali e strategie. Siamo consapevoli che un accesso non autorizzato, l'uso improprio o la divulgazione di queste informazioni potrebbero arrecare danni a Webranking o ai terzi coinvolti. Pertanto, mantenere la riservatezza di queste informazioni è non solo una nostra responsabilità ma anche un nostro obbligo.

Ci impegniamo a trattare tutte le informazioni acquisite nel corso del nostro lavoro come riservate. Questo impegno si estende a tutti coloro che fanno parte della nostra organizzazione, inclusi fornitori e consulenti, i quali sono tenuti a non diffondere nessuna informazione senza una precisa autorizzazione, e a utilizzarle esclusivamente per gli scopi connessi con l'esecuzione del lavoro richiesto. Vietiamo l'uso di qualsiasi informazione acquisita tramite il lavoro per interessi personali o per ottenere vantaggi impropri. Questa regola mira a prevenire violazioni delle leggi e a evitare danni ai diritti, al patrimonio o agli obiettivi di Webranking.

Per rafforzare il nostro impegno nella protezione delle informazioni, abbiamo implementato un Sistema di Gestione conforme alla norma UNI EN ISO 27001. Questo sistema è progettato per



garantire la sicurezza degli asset aziendali, dei dati e delle informazioni, dimostrando il nostro impegno a mantenere elevati standard di riservatezza e sicurezza delle informazioni.

2.12 Trattamento dei dati sensibili e tutela della privacy

Prendiamo molto seriamente la protezione della privacy e dei dati personali e sensibili, conformemente al GDPR (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati dell'UE, 2016/679) e alla legislazione nazionale pertinente. Ci impegniamo a utilizzare soluzioni tecniche e organizzative adeguate per assicurare la sicurezza e la riservatezza dei dati che trattiamo.

La sicurezza del nostro sistema informativo, gestito secondo la norma UNI EN ISO 27001, è vitale per mantenere la fiducia nelle informazioni che gestiamo, nonché per garantire l'efficienza e l'efficacia dei servizi che offriamo. La nostra priorità è proteggere i dati e i sistemi che li trattano, concentrandoci su tre aspetti fondamentali:

1. **Riservatezza:** Assicuriamo che i dati siano accessibili solo alle persone autorizzate.
2. **Integrità:** Proteggiamo la completezza e l'accuratezza dei dati e dei loro metodi di trasferimento.
3. **Disponibilità:** Garantiamo che gli utenti autorizzati possano accedere ai dati e ai sistemi di trattamento quando necessario.

Siamo consapevoli che una sicurezza dei dati inadeguata potrebbe portare a perdite significative, non solo in termini finanziari, ma anche per quanto riguarda il vantaggio competitivo, l'immagine aziendale e la fiducia dei clienti. A questo, va aggiunto il rischio di sanzioni per non aver rispettato le normative vigenti o per la violazione di accordi di riservatezza stipulati con i clienti.

Per evitare questi rischi, implementiamo un insieme complesso di misure di sicurezza, che includono procedure dettagliate, meccanismi tecnici avanzati e pratiche operative mirate a minimizzare qualsiasi pericolo per i nostri dati e per il sistema informativo nel suo complesso.



2.13 Tutela della proprietà intellettuale e industriale

Garantiamo il costante e puntuale rispetto delle norme a tutela della proprietà industriale e intellettuale e del diritto d'autore. Invitiamo tutti i collaboratori e partner al rispetto di questo impegno sia nei confronti di terzi che di Webranking stessa.

2.14 Prevenzione del comportamento criminale, antiriciclaggio e antiterrorismo

Ci impegniamo attivamente a garantire che le nostre attività economiche e finanziarie non siano mai utilizzate, neanche indirettamente, per sostenere attività illecite, organizzazioni criminali o terroristiche. È fondamentale per noi aderire alle normative antiriciclaggio sia nazionali che internazionali e verificiamo con la massima diligenza le informazioni disponibili sulle controparti commerciali, sui fornitori, sui partner e consulenti, al fine di accertare la loro rispettabilità e la legittimità della loro attività prima di instaurare con loro rapporti d'affari. Webranking verifica, nei limiti di quanto ragionevolmente possibile indagare, che le operazioni di cui è parte non presentino, anche solo potenzialmente, il rischio di favorire il ricevimento, la sostituzione o l'impiego di danaro o di beni derivanti da attività criminali.

2.15 Impegno per lo sviluppo sostenibile e tutela dell'ambiente

Siamo da sempre molto attenti agli impatti del nostro lavoro sull'ecosistema, sul territorio, sulle comunità a cui apparteniamo e sulle persone, orientando le nostre decisioni in linea con i principi SDG indicati dall'ONU. Questo, ben al di là di quanto richiesto dalle normative e spesso con iniziative ambiziose e investimenti ispirazionali che abbiamo realizzato quando questi temi non erano ancora centrali nel dibattito pubblico. Per questo, continueremo ad impegnarci nel rispetto delle leggi in vigore che riguardano l'ambiente ma allo stesso tempo nel dedicarci alla promozione e pianificazione di uno sviluppo sempre più sostenibile delle nostre attività, rendicontando in



trasparenza le nostre attività e gli impatti ESG con il “Rapporto di sostenibilità annuale” . Al di là della necessaria attenzione a norme e regolamenti, perseguiamo un obiettivo più ampio rivolto a pensare a tutte le nostre attività in funzione degli impatti ambientali diretti e indiretti che possono avere.

Per questi motivi, è importante che tutti in Webranking prestino attenzione a queste tematiche e operino nel contribuire al raggiungimento di questi obiettivi, compatibilmente con il ruolo che ricoprono e le responsabilità che hanno.

2.16 Rispetto delle norme contenute nel Codice Etico

Ci impegniamo a diffondere il nostro Codice Etico tra tutti i dipendenti, assicurandoci che ciascuno sia informato e si impegni a rispettare le linee guida ivi contenute. Incoraggiamo inoltre i dipendenti a divulgare i principi del Codice Etico ai nuovi colleghi e a qualsiasi terza parte interessata che incontrino nel corso delle proprie attività lavorative.

Specificamente, chiediamo ai nostri dipendenti di:

- Evitare qualsiasi azione che possa contravvenire al Codice Etico e richiedere ai colleghi e ai subordinati di fare altrettanto.
- Cercare orientamento dai propri superiori o dai reparti preposti qualora abbiano dubbi sull'applicazione del Codice.
- Segnalare prontamente a superiori o punti di contatto aziendali qualsiasi violazione del Codice di cui vengano a conoscenza, anche tramite il protocollo Whistleblowing interno, o qualsiasi tentativo di induzione alla violazione dello stesso.
- Collaborare attivamente nelle indagini relative a potenziali infrazioni del Codice.

Questo impegno alla trasparenza e al rispetto delle nostre linee guida etiche riflette il nostro desiderio di costruire un ambiente di lavoro basato sull'integrità, sulla fiducia e sul rispetto reciproco.

