



Cerved Group S.p.A.

Policy di Marketing Responsabile

Approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 13 marzo 2020

Indice

PREMESSA	3
PRINCIPI DI RIFERIMENTO	3
IMPEGNI E AZIONI	3
GESTIONE, MONITORAGGIO E REPORTING.....	4
DIFFUSIONE E AGGIORNAMENTO DELLA POLICY.....	5

Premessa

Il Gruppo Cerved (di seguito anche “Cerved” o “Gruppo”) è un operatore primario in Italia nell’analisi del rischio del credito e nel supporto alla crescita delle imprese. Il Gruppo è anche attivo nell’offerta di servizi relativi alla valutazione e gestione di posizioni creditizie e rappresenta una delle principali agenzie di rating in Europa. Il Purpose aziendale del Gruppo è aiutare il sistema Paese a proteggersi dal rischio e a crescere in maniera sostenibile mettendo dati, tecnologie e talento al servizio di persone, imprese, banche e istituzioni.

Le banche dati del Gruppo offrono un patrimonio unico in Italia in termini di qualità, completezza e profondità storica delle informazioni, mostrano l’andamento dei fenomeni di contesto nel tempo e raccontano la storia di imprese, gruppi e persone fisiche.

Una reputazione solida è la base per il successo di un’azienda a cui i clienti si affidano per valutare la solvibilità e il merito creditizio, monitorare e gestire il rischio di credito durante tutte le sue fasi, definire con accuratezza le strategie di marketing e valutare e gestire dei crediti in sofferenza.

I dipendenti e le persone che lavorano per Cerved sono tenuti a svolgere il proprio lavoro nell’interesse del cliente, garantendo un livello di trasparenza nelle relazioni commerciali che assicuri allo stesso tempo una piena comprensione delle caratteristiche, del funzionamento e delle condizioni contrattuali dei prodotti e servizi offerti, ivi inclusi costi, commissioni e, in generale, qualsiasi altro onere relativo a prodotti e servizi offerti. I contratti stipulati con i clienti ed ogni comunicazione agli stessi indirizzata sono, pertanto, improntati a criteri di semplicità, chiarezza, correttezza e completezza, evitando il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole e/o scorretta comunque realizzata.

Principi di riferimento

La presente Policy conferma quanto già sancito dal Purpose aziendale e dichiarato nel Codice Etico (in particolare, in materia di relazioni con i clienti, con il pubblico e i mass media) e ne specifica principi di riferimento, impegni concreti e modalità di gestione. Cerved, inoltre, sempre nel rispetto della normativa vigente in materia, si ispira nella gestione delle attività di marketing a politiche e procedure interne e principi emanati da organizzazioni nazionali e internazionali di riferimento, quali:

- Codice Etico;
- Modelli Organizzativi di Gestione e Controllo (“Modello”), ai sensi del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231;
- Social Media Policy;
- Principi del Global Compact delle Nazioni Unite, sottoscritti dal Gruppo nel 2018;
- ICC’s Advertising and Marketing Communications Code (per le parti applicabili al business e alle attività svolte dal Gruppo).

Impegni e azioni

Il ruolo di Cerved come interlocutore privilegiato di diverse istituzioni, nazionali e internazionali, è favorito dal suo patrimonio di dati, informazioni e valutazioni unico a livello nazionale che forniscono un supporto fondamentale nel perseguimento del Purpose aziendale ovvero del supporto al sistema Paese.

Di seguito si riportano i principi guida per tutte le persone di Cerved in tutti i paesi in cui Cerved opera sull'approccio da adottare nello svolgimento delle attività di marketing:

- **Prudenza e Accuratezza:** tutti i contenuti destinati agli stakeholder esterni e veicolati tramite i mezzi di comunicazione utilizzati – compresi i messaggi pubblicitari relativi a prodotti e servizi offerti da soggetti terzi vengono definiti e trasmessi a seguito di un'adeguata verifica; tutte le attività pubblicitarie vengono sottoposte a revisione interna per verificarne la conformità e l'accuratezza;
- **Affidabilità e Verità:** tutte le attività promozionali e di marketing vengono accuratamente pianificate e vengono invece escluse le iniziative personali non coerenti con tale impostazione; tutti i contenuti comunicati vengono verificati e non contengono affermazioni sovradimensionate, asserzioni universali e iperboliche e confronti non dimostrabili e privi di una evidente base oggettiva;
- **Onestà e Trasparenza:** le informazioni devono essere chiare e veritiere su qualsiasi rischio associato ai nostri prodotti in conformità con le pratiche del settore e i requisiti pertinenti, devono inoltre includere tutte le comunicazioni necessarie al cliente per comprendere il costo totale del prodotto/servizio acquistato. I documenti di offerta del prezzo devono contenere delle indicazioni chiare circa le condizioni di pagamento, la natura di qualsiasi altra forma di spesa supplementare e, se possibile, l'importo di tali spese;
- **Rispetto della privacy e protezione dei dati personali:** Cerved si impegna a rispettare il diritto alla privacy e alla tutela dei dati e delle informazioni personali di tutti i soggetti coinvolti nelle proprie attività nel rispetto assoluto delle normative in vigore, come previsto dalla Policy Generale in materia di Trattamento di Dati Personali approvata dal Consiglio di Amministrazione di Cerved Group in data 23 dicembre 2019;
- **Comportamento etico:** verifica che la forma dei contratti sia semplice, chiara e completa, evitando il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole e/o scorretta comunque realizzata;
- **Responsabilità sociale:** le comunicazioni di marketing devono rispettare la dignità umana e non devono incitare o tollerare alcuna forma di discriminazione, compresa quella basata sull'origine etnica o nazionale, religione, sesso, età, disabilità o orientamento sessuale.

Gestione, Monitoraggio e Reporting

Tutte le attività di supporto alla comunità vengono realizzate nel rispetto della legge, dei principi e delle regole di condotta contenute nel Codice Etico del Gruppo, dei principi di controllo previsti dai vigenti Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo che le Società del Gruppo hanno adottato ai sensi del d.lgs. n. 231/2001 e delle ulteriori procedure/strumenti normativi aziendali.

Il Gruppo si impegna ad implementare e monitorare le procedure, i sistemi e i processi, in particolare attraverso l'identificazione dei rischi di violazione dei principi adottati per assicurare la qualità dei prodotti/servizi e la prevenzione degli stessi attraverso formazione del personale per mantenere un costante aggiornamento su leggi e regolamenti nonché il regolamento interno.

Lo stesso modello di gestione dei rischi di Gruppo considera, tra le altre, le tematiche rilevanti per l'Azienda, consentendo l'identificazione delle attività aziendali e delle aree organizzative nelle quali potrebbero verificarsi rischi, lo svolgimento di audit nelle attività e aree identificate e la definizione di appropriati piani di miglioramento, laddove necessario.

Policy di Marketing Responsabile

In linea con quanto previsto nel caso di violazioni ai principi e alle disposizioni del Codice Etico, il Gruppo Cerved mette a disposizione degli stakeholder alcuni strumenti di segnalazione pubblici tradizionali e digitali, a cui si può ricorrere anche nel caso di presunte violazioni di norme, principi e impegni di marketing responsabile.

Cerved adotta inoltre pratiche di ascolto e di benchmarking tese a verificare la qualità delle attività commerciali; nell'ambito di tale attività, vengono prese in considerazione anche le modalità di comunicazione, promozione e vendita e viene accertato il rispetto degli impegni di marketing responsabile presi dal Gruppo.

Cerved si impegna inoltre a comunicare in modo trasparente ai propri stakeholder le strategie e i risultati raggiunti con riferimento agli ambiti trattati nella presente Policy all'interno dei documenti pubblicati sul sito internet aziendale e su ogni altro strumento di comunicazione ritenuto adeguato e funzionale all'uso.

Diffusione e Aggiornamento della Policy

I principi e gli impegni qui sanciti devono essere rispettati dai componenti degli organi societari, nonché da tutte le persone legate da rapporti di lavoro con ciascuna Società del Gruppo e, in generale, da tutti coloro che operano per tali Società, quali che siano i rapporti che li legano alle stesse.

Cerved promuove gli stessi principi sia al proprio interno, sia all'esterno, presso quei soggetti che operano per suo conto (come i fornitori o, in generale, i business partner). La Policy, infatti, è portata a conoscenza di tutti i suddetti soggetti e messa a disposizione sul sito web di ciascuna Società del Gruppo. Sono informati sui contenuti della stessa individui, gruppi, organizzazioni e istituzioni con cui siano stabilite relazioni d'interesse per l'attività di Cerved (tra cui i partner e le controparti di tutte le iniziative di marketing).

La presente Policy verrà valutata ai fini dell'aggiornamento almeno una volta l'anno alla luce delle evidenze emerse dalle attività di gestione e monitoraggio, di eventuali cambiamenti delle strategie o attività aziendali e dall'evoluzione delle tendenze e normative nazionali e internazionali in materia di marketing responsabile.