

RESPONSIBLE MARKETING POLICY MULTIVERSITY

	Funzione	Firmato da	Data
Elaborato	Chief Marketing Officer	Dott. Egidio Donato	27.06.2023
Verificato	Chief Operating Officer	Dott. Andrea Buonomo	27.06.2023
Approvato	CEO	Dott. Fabio Vaccarone	27.06.2023

N° versione	Data approvazione	Motivo della revisione	Paragrafi modificati
1.0	13.06.2023	-	-



1. PREMESSA

Multiversity S.p.A. (“Multiversity” o “il Gruppo”) è leader nel mercato dell’Education in Italia.

Il Gruppo include tre università digitali, Università Telematica Pegaso S.r.l., Universitas Mercatorum e Università Telematica San Raffaele Roma, Aulab, una coding factory specializzata nella formazione di sviluppatori, un ente di certificazione informatica, Certipass, Sole 24 ore Formazione per l’erogazione di master B2C e B2B, oltre a un istituto internazionale di istruzione superiore per l’apprendimento permanente con sede a Malta.

In considerazione della natura digitale del proprio business, il Gruppo ha un impatto ambientale limitato e può quindi focalizzarsi su obiettivi inerenti alle tematiche di carattere Social e Governance, a vantaggio di stakeholder esterni ed interni. Il loro livello di soddisfazione è infatti elevato a un ruolo centrale per le strategie e le iniziative da parte del Gruppo. Tale commitment è anche favorito dall’estesa reportistica ed attenzione alla qualità, considerando che gli atenei operano sotto la vigilanza del MUR, Ministero dell’Università e della Ricerca e dell’ANVUR, Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca.

Per favorire l’integrazione di principi e rischi afferenti al tema della sostenibilità nel suo Business Model, il Gruppo ha avviato un processo di ricerca finalizzato alla costruzione di un **framework ESG**. Tale framework è costituito anche di una serie di policies, in questo documento viene trattato la **Responsible Marketing Policy**.

L’adozione di tali politiche e linee guida operative e comportamentali da parte di Multiversity costituisce invito a tutte le entità del Gruppo ad operare nella direzione di una condivisione dei medesimi principi ed obiettivi.

2. AZIONI E IMPEGNI

La Responsible Marketing Policy si allinea con quelli che sono i principi etici promossi nel Codice Etico del Gruppo con particolare attenzione a quelle che sono le modalità di comunicazione verso gli stakeholders, i clienti, i committenti pubblici e i fornitori.

Multiversity si impegna a condurre la propria attività in modo che nella fase di elaborazione delle sue modalità di comunicazione sia sempre garantito il rispetto dei seguenti principi descritti nel Codice Etico:

- **Onesta e responsabilità:** nell’ambito della propria attività, coloro che lavorano negli interessi dell’azienda, a qualunque titolo, sono tenuti a rispettare le leggi vigenti, il Codice Etico, il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, le procedure e i regolamenti interni. Non sarà



mai trascurato dagli organismi che controllano la società ogni condotta improntata alle regole dell'onestà.

- **Trasparenza:** una volta visionato il Codice, tutti i soggetti destinatari si impegnano a fornire le informazioni che sono tenuti a dare in modo chiaro, completo ed accurato. Da qui deriva la necessità di adottare una comunicazione di facile ed immediata comprensione nei confronti del soggetto cui le informazioni stesse siano indirizzate, al fine di favorire un processo decisionale che possa pesare i vari fattori in maniera equa. I destinatari del Codice si impegnano, altresì, a verificare preventivamente che le informazioni comunicate in ambito interno ed esterno risultino veritiere, complete e chiare.
- **Concorrenza leale:** la Società ed i suoi dipendenti e collaboratori (a tutti i livelli di responsabilità) operano sul mercato di riferimento concorrendo con gli altri operatori in maniera leale e corretta e nel rispetto delle vigenti disposizioni di legge in materia di concorrenza. La Società si impegna, inoltre, a non violare i diritti della proprietà intellettuale appartenente a terzi.
- **Condotta etica:** verifica che la forma dei contratti sia semplice, chiara e completa, evitando il ricorso a pratiche ingannevoli e/o scorrette;
- **Responsabilità sociale:** in linea con quanto dichiarato anche nelle sue policy sui Diritti Umani e sulla Diversità il Gruppo si impegna anche nelle sue comunicazioni marketing a rispettare la dignità umana prestando particolare attenzione nel non tollerare alcuna forma di discriminazione, compresa quella basata sull'origine etnica o nazionale, religione, sesso, età, disabilità o orientamento sessuale.
- **Compliance:** il Gruppo monitora le richieste del contesto normativo di riferimento. A supporto di questo impegno, questa policy si ispira anche ad una recente evoluzione quadro normativo europeo in merito al tema del marketing responsabile. In sintesi la proposta di normativa "green claims" ha per oggetto le dichiarazioni "verdi" delle imprese. Si tratta di informazioni rese pubbliche dalle società ai consumatori in riferimento ad azioni che avrebbero un impatto ambientale minore o positivo. La richiesta della Commissione Europea richiede che tali dichiarazioni siano comprovate tramite una verifica ex-ante.

3. MANAGEMENT, MONITORAGGIO E RENDICONTAZIONE

Tutte le attività del Gruppo sono orientate verso il rispetto della legge, dei principi e delle regole di comportamento stabiliti nel Codice Etico del Gruppo, dei principi di controllo dei Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo applicabili.

Il Gruppo si impegna a implementare e monitorare le procedure, i sistemi e i processi attraverso l'individuazione violazioni dei principi adottati. Al fine di garantire la qualità dei prodotti/servizi, il Gruppo si impegna nella formazione del personale riguardo leggi e regolamenti interni e



nell'identificazione di attività aziendali e di aree organizzative in cui potrebbero verificarsi i rischi attraverso l'esecuzione di audit e la definizione di opportuni piani di miglioramento, ove necessario. Nell'ambito di questa attività vengono prese in considerazione anche le modalità di comunicazione, promozione e vendita e viene verificato il rispetto degli impegni di marketing responsabile assunti dal Gruppo.

4. DIFFUSIONE E AGGIORNAMENTO DELLA POLICY

Tutte le figure coinvolte nell'amministrazione del Gruppo, tutti coloro legati ad esso da un rapporto di lavoro si impegnano a rispettare i principi e diritti sanciti nella Responsible Marketing Policy. In linea con quanto dichiarato nel suo Codice Etico, Multiversity cerca di diffondere questi principi anche esternamente, incluse le entità che lavorano per suo conto come business partners e fornitori.

La Policy è resa disponibile a tutti sul sito web aziendale. Tutte le parti coinvolte saranno sempre tenute al corrente di eventuali aggiornamenti della Responsible Marketing Policy a fronte di eventuali mutazioni delle normative e/o degli standard nazionali e internazionali.