



CODICE ETICO
del Gruppo RCS

Approvato dal Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup S.p.A.
nella riunione del 31 luglio 2003

Codice Etico

Finalità e soggetti destinatari

Il Codice Etico del Gruppo RCS - intendendosi per tale la società controllante RCS MediaGroup S.p.A. e le società da essa direttamente o indirettamente controllate - ha l'obiettivo di orientare i comportamenti degli organi societari e dei loro componenti, dei dipendenti e dei collaboratori della società, e delle società da essa controllate, in Italia e all'estero, al fine di promuovere, attraverso l'autodisciplina e le tecniche e procedure di governo societario, la creazione e massimizzazione del valore per gli azionisti, per coloro che prestano attività lavorativa nell'impresa, e per la comunità a cui i prodotti di RCS si rivolgono, nel rispetto dei valori etici nella gestione degli affari.

In quanto impresa che realizza e diffonde mezzi di comunicazione, il Gruppo RCS impronta la propria attività al rispetto dei principi di libertà e pluralismo, affermando la centralità e preminenza del diritto del pubblico a un'informazione corretta e completa.

Il rispetto di regole etiche nella conduzione degli affari, e la conseguente reputazione che ne deriva all'azienda ed ai collaboratori, costituiscono una condizione necessaria, ed un vantaggio competitivo, per perseguire il successo della missione del Gruppo RCS ed il raggiungimento degli obiettivi fissati.

Il presente Codice Etico vincola tutti i soggetti a cui è destinato, a qualunque livello dell'organizzazione aziendale.

Per quanto attiene i soggetti esterni al Gruppo, sarà cura ed impegno del responsabile della funzione aziendale interessata ottenere da parte del terzo l'assunzione dell'impegno al rispetto del Codice Etico.

Contenuti

Il Codice Etico riguarda

- i valori guida che caratterizzano la cultura industriale del Gruppo RCS e sostengono la sua identità nel mondo contemporaneo
- le relazioni con le istituzioni, sia di controllo sia di indirizzo,
- le relazioni con il mercato, sia con il pubblico dei fruitori dei prodotti sia con le imprese concorrenti,
- le relazioni con i clienti e con i fornitori,
- le relazioni con i dipendenti e dei dipendenti fra loro

Valori guida

I valori guida sono tesi al raggiungimento degli obiettivi appresso descritti:

- Creazione di valore per gli azionisti

La creazione di valore per gli azionisti costituisce obiettivo primario al cui fine sono orientate le strategie industriali e finanziarie e le conseguenti condotte operative, ispirate all'efficienza nell'impiego delle risorse, con l'intento di rendere il Gruppo RCS sempre più solido ed in grado di crescere e svilupparsi autonomamente.

L'obiettivo sopra enunciato va perseguito, in funzione dell'interesse degli azionisti e degli altri stakeholders, mediante:

- l'eccellenza della prestazione e dei risultati, in termini di qualità ed economicità, facendo leva anche sull'innovazione,
- un'organizzazione snella, efficiente ed efficace, tesa alla massimizzazione delle sinergie, sia all'interno del Gruppo sia con partner terzi.

La creazione di valore può misurarsi in linea di massima come la parte di risultato operativo che supera il costo del capitale impiegato per ottenerlo

- Crescita culturale del Paese

- mediante l'offerta e la garanzia di un'informazione indipendente, autonoma, pluralista e completa, nella consapevolezza di far parte di un Gruppo che intende svolgere un servizio di primaria rilevanza sociale,
- mediante l'offerta di prodotti con contenuti culturali che contribuiscano allo sviluppo del Paese

- Consapevolezza di operare come un Gruppo

I comportamenti dei soggetti devono essere improntati a

- consapevolezza e determinazione ad operare per il perseguimento di obiettivi comuni
- condivisione del senso di appartenenza al Gruppo, nel rispetto delle diverse personalità, opinioni, conoscenze ed esperienze
- promozione dell'immagine e della reputazione del gruppo
- consapevole identità, come individui e come gruppo, nei rapporti con istituzioni, azionisti, dipendenti e collaboratori, clienti, fornitori, mercato e con l'intera opinione pubblica
- perseguimento e sviluppo delle possibili sinergie ed interscambio di esperienze, conoscenze e risorse fra le diverse realtà operanti nel Gruppo e con partner esterni, in quest'ultima eventualità nel rispetto della tutela della titolarità ed utilizzo dei "saperi" specifici del Gruppo

- Valorizzazione delle persone

Il Gruppo RCS valorizza "il saper fare" e il "saper far fare" come iniziative di sviluppo e mantenimento della *leadership*.

L'azienda favorisce le condizioni che permettano alle persone che operano nel Gruppo e per il Gruppo di poter

- esprimere al meglio le proprie competenze e personalità

- sviluppare le competenze di ciascun soggetto, quale cardine del sistema di gestione delle risorse umane
- ricevere le medesime opportunità di crescita professionale, senza discriminazioni di alcun genere, riconoscendo quali unici criteri per la determinazione dell'attribuzione delle mansioni e degli incarichi le capacità e potenzialità professionali dei singoli ed il raggiungimento degli obiettivi individuali e comuni
- partecipare e contribuire ai processi decisionali dell'azienda, nell'ambito delle proprie attribuzioni, secondo capacità e competenza
- usufruire di sistemi di comunicazione per la divulgazione all'interno del Gruppo RCS delle informazioni opportune per la conoscenza degli obiettivi aziendali, la gestione delle attività e l'apprendimento delle corrette regole di comportamento.

• Integrità e rigore

I soggetti destinatari del Codice Etico sono tenuti, nel perseguire gli obiettivi del Gruppo RCS nei diversi contesti di operatività, a

- rispettare le norme di legge e regolamento, le regolamentazioni di autodisciplina, i principi del presente Codice Etico e tutte le altre regole di comportamento del Gruppo RCS, rifuggendo da comportamenti illegittimi o comunque scorretti
- acquisire compiuta conoscenza degli elementi normativi da rispettare
- agire nell'interesse del Gruppo RCS
- assicurare la riscontrabilità degli elementi e dei criteri assunti a base delle decisioni aziendali
- preservare e promuovere la reputazione del Gruppo RCS
- evitare ogni situazione o attività che possa condurre a conflitti di interesse o interferire con l'assunzione di decisioni sceve da condizionamenti estranei all'interesse del Gruppo; l'esistenza di eventuali situazioni di conflitto d'interesse, proprie o di parenti entro il quarto grado, deve essere comunicata al superiore gerarchico;
- operare in coerenza con le esigenze che emergono dal contesto sociale, con particolare, ma non esclusivo, riferimento alla salvaguardia dei diritti umani fondamentali, alla sicurezza del lavoro e dei processi e prodotti industriali, alle compatibilità ambientali
- rispettare le regole di deontologia professionale, anche laddove applicabili solo per analogia.

• Chiarezza e trasparenza

I comportamenti verso gli azionisti, i dipendenti e collaboratori, le Istituzioni, la pubblica amministrazione, le parti sociali, il mondo finanziario ed il mercato e soggetti terzi in generale devono essere improntati a lealtà, chiarezza e trasparenza, al di là della stretta osservanza delle disposizioni normative.

Resta naturalmente fermo l'obbligo di osservare tutte le norme che impongono su determinate materie ed argomenti il rispetto e la protezione del segreto e delle riservatezza, quali ad esempio le norme sulla privacy, sulle informazioni *price sensitive*, sul segreto professionale.

- Efficienza ed efficacia

La tempestività e determinazione nell'assunzione delle decisioni e nella loro attuazione sono fattori determinanti del successo.

Il processo decisionale deve tener conto di criteri di responsabilità, delega, e semplicità, e deve essere seguito dalla verifica dei risultati.

Il raggiungimento anche pieno di obiettivi individuali non rappresenta di per sé il miglior contributo al successo dell'azienda, che si costruisce soltanto con una forte e diffusa propensione al lavoro di squadra con l'unione delle competenze necessarie per il buon fine delle diverse operazioni.

In una fase storica caratterizzata da rapidi mutamenti è riconosciuta l'importanza di stimolare la creatività e premiare chi è portatore di proposte innovative e chi sa farsi carico dei cambiamenti, utilizzando gli eventuali/inevitabili errori come occasioni di apprendimento e miglioramento.

La capacità, la serietà, la competenza professionale sono componenti fondamentali e necessarie dell'attività di ogni individuo, per raggiungere risultati di eccellenza.

- Soddisfazione dei clienti

Fermi i principi etici, sociali e culturali che devono improntare i mezzi di comunicazione, il Gruppo afferma l'importanza del conseguimento della soddisfazione totale dei clienti per i prodotti e servizi loro forniti.

Per il raggiungimento di tale obiettivo il Gruppo persegue la definizione ed il mantenimento di elevati standard di qualità in relazione al mercato; l'impegno costante per l'innovazione di processi e prodotti; il monitoraggio della soddisfazione dei clienti per settori di attività del Gruppo.

E' altresì ritenuto elemento essenziale per la soddisfazione dei clienti la capacità di intuire l'evoluzione delle richieste del mercato.

- Competitività

Il metodo del confronto con le migliori aziende a livello sia nazionale sia mondiale rappresenta un'esigenza imprescindibile per acquisire la consapevolezza del proprio valore, ma anche delle possibilità di miglioramento esistenti.

La conoscenza del posizionamento nei confronti del mercato e dei concorrenti è fondamentale per l'impostazione delle azioni di miglioramento continuo dei prodotti e dei processi.

Il confronto con realtà più avanzate implica da parte del Gruppo la volontà e la capacità di accettare e fare propri filosofie e metodi di lavoro diversi rispetto a quelli abitualmente praticati.

Il costante aumento della dimensione dei mercati e l'integrazione di essi in culture diverse richiede una continua attenzione ai segnali che da essi provengono e la messa in discussione e il superamento degli stereotipi preesistenti.

Relazioni con le istituzioni

Nei rapporti con le Istituzioni, le Pubbliche Autorità - siano esse di controllo o di indirizzo, quali la CONSOB; Borsa Italiana; l'Autorità Garante delle Comunicazioni; l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, il Garante della Privacy - e la Pubblica Amministrazione in generale i soggetti destinatari del Codice Etico sono tenuti ad osservare i valori guida sopra statuiti ed in particolare i principi di integrità e rigore, con lealtà e spirito di collaborazione.

In questo quadro il Gruppo RCS ed i soggetti che nello stesso operano, nelle rispettive attribuzioni ed ambiti di competenza, sono tenuti a rispettare e far rispettare la legislazione che regola l'attività delle società ed in particolare delle società quotate, ad adottare e far osservare le regole di governance emanate in relazione al Codice di Autodisciplina delle società quotate, ad adottare e far osservare le regole di comportamento postulate da ogni altra normativa o regolamentazione specifica (quali ad esempio il codice di comportamento in materia di internal dealing, la procedura per le operazioni significative e con parti correlate, la procedura per il trattamento delle informazioni riservate), a rispettare la normativa e le disposizioni dell'autorità in tema ambientale e di sicurezza del lavoro, a nominare i responsabili ed i preposti previsti dalle leggi vigenti, a rispettare le normative di settore che disciplinano l'attività editoriale e di comunicazione, ad espletare con tempestività gli adempimenti di legge, a dotarsi degli strumenti necessari per evitare che i comportamenti dei singoli possano determinare la responsabilità delle persone giuridiche.

Il Gruppo RCS intrattiene con i partiti politici, con le organizzazioni sindacali e le associazioni in genere operanti nel mondo politico relazioni corrette e scevre da discriminazioni, astenendosi dall'erogare finanziamenti.

Relazioni con il mercato

A) Relazioni con il pubblico fruitore delle informazioni

Il Gruppo RCS, nella sua qualità di leader nel settore dei media si impegna ad agire con professionalità e rigore nel costante rispetto

- dei principi di difesa della libertà, pluralismo e completezza dell'informazione, rifiutando qualsiasi forma di discriminazione
- dei principi della nostra Carta costituzionale e delle Convenzioni internazionali che tutelano l'integrità, la dignità e l'identità come patrimonio indisponibile della persona umana,

B) Relazioni con le imprese concorrenti

La competizione con i concorrenti deve essere leale, centrata sul piano della qualità ed affermazione dei prodotti, e condotta anche attraverso la rigorosa tutela degli asset materiali ed immateriali del gruppo, la sorveglianza dell'integrità dei propri diritti, la valorizzazione del patrimonio umano e delle risorse industriali, lo sviluppo del know-how.

Quanto sopra in qualunque ambito territoriale il Gruppo RCS svolga attività o si trovi ad operare.

C) Relazioni con il mercato finanziario

Le relazioni con gli azionisti devono perseguire la creazione delle condizioni affinché la partecipazione degli azionisti stessi alle attività sociali di loro pertinenza possa avvenire con la necessaria consapevolezza.

Le relazioni con il mercato finanziario devono avvenire nel rispetto rigoroso delle normative e regolamentazioni di settore ed in conformità alle prescrizioni delle autorità ed enti di controllo, con modalità comunque tali da evitare possibili turbative, con lealtà, trasparenza e parità di accesso all'informazione.

I documenti informativi devono essere redatti in conformità ai corretti principi di informazione societaria; le informazioni rilevanti devono essere comunicate con tempestività e mantenute riservate fino al momento della comunicazione al mercato.

Non devono essere diffuse al mercato informazioni a scopo meramente promozionale.

Relazioni con clienti, fornitori e prestatori di servizi

Nella scelta dei fornitori di beni o servizi devono essere privilegiati l'affidabilità del fornitore e la sua capacità di assolvere correttamente alle obbligazioni assunte, nonché il rapporto qualità/prezzo del bene o della prestazione offerta, senza discriminazioni o valutazioni preconcette.

Nella scelta dei terzi a cui affidare l'esecuzione di prestazioni di qualsiasi tipo per conto e/o nell'interesse del Gruppo, consulenti e professionisti inclusi, devono essere tenuti presente il livello di competenza specifica, la capacità di rendere una prestazione del livello qualitativo richiesto nei tempi attesi, il livello di impegno economico richiesto dal prestatore e le eventuali garanzie dallo stesso riconosciute. In funzione di quanto sopra deve essere promossa una effettiva possibilità di concorrenza fra fornitori.

Devono essere privilegiati fornitori e prestatori che rispettino i medesimi principi e regole di comportamento statuiti nel presente Codice Etico e negli strumenti di comportamento da esso richiamati, anche in via soltanto indiretta. In casi di particolare rilevanza economica e/o delicatezza dovranno essere richieste ai fornitori dichiarazioni specifiche ("Affidavit") di conformità ai principi suddetti dei loro comportamenti.

I criteri applicati per la valutazione delle offerte devono essere agevolmente verificabili.

Nella valutazione dei clienti deve essere valutata la capacità degli stessi di assolvere ai propri impegni di pagamento.

Nei contratti e nelle comunicazioni con fornitori e clienti devono essere curate la completezza, la coerenza alle norme applicabili, nonché la chiarezza e facilità interpretativa.

Nei rapporti con fornitori di beni o servizi, ed in quelli con i clienti, i destinatari del Codice Etico non devono offrire o accettare regali o vantaggi che non siano di modestissima entità: è esclusa in ogni caso l'accettazione di somme di denaro ed è fatto divieto effettuare offerte di qualsiasi tipo nei rapporti con la pubblica amministrazione. Ove motivi di opportunità, previa consultazione con il superiore gerarchico, facessero ritenere inappropriata la

restituzione di omaggi ricevuti, il ricevente deve devolvere un importo equivalente in beneficenza.

Relazioni con i dipendenti e dei dipendenti fra loro

Le regole di comportamento delle persone devono essere osservate da tutti i dipendenti e fatte osservare dai responsabili di funzioni aziendali a tutti i propri collaboratori, siano essi legati all'azienda da un rapporto di dipendenza o di collaborazione esterna.

L'azienda deve garantire il rispetto delle normative in tema di tutela della salute e dell'integrità fisica dei lavoratori (sicurezza e prevenzione, igiene del lavoro), di tutela dell'ambiente, ed assicurare in generale un ambiente di lavoro sicuro, sano e idoneo allo svolgimento dell'attività.

I destinatari del Codice Etico devono operare nel rispetto del principio di uguaglianza, mettendo al bando discriminazioni di qualsiasi tipo, e salvaguardare la pluralità e diversità delle risorse umane. Le scelte, valorizzazioni e valutazioni delle persone devono essere effettuate con riferimento alle sole qualità professionali e personali.

Ai dipendenti deve essere applicato un trattamento giusto e corretto.

Le competenze tecniche appartengono al Gruppo, salvi eventuali diritti (di autore o di altra natura) spettanti per legge o per altro titolo ai dipendenti o terzi.

I destinatari del Codice Etico devono agire con spirito di collaborazione, apportando all'attività sociale il contributo di competenze di cui dispongono, con l'osservanza dei criteri di confidenzialità e riservatezza per quanto attiene qualsiasi informazione di cui vengano in possesso per qualsivoglia motivo (a titolo esemplificativo: dati tecnici e/o finanziari, informazioni relative a prodotti, a contratti, a negoziazioni in corso o prospettate), salvo che si tratti di dati per loro natura destinati ad essere resi pubblici..

Le attività lavorative devono essere svolte nel rispetto della privacy altrui e con lealtà e reciproco rispetto.

Tutti i dipendenti hanno il dovere di rispettare e proteggere le proprietà aziendali loro affidate, ivi compresi i diritti di proprietà intellettuale ed industriale, e le informazioni aziendali in loro possesso, e di farne un uso corretto nell'interesse dell'azienda, tutelandone la confidenzialità e riservatezza..

Violazione delle disposizioni del Codice Etico

La violazione delle disposizioni del Codice Etico, così come delle normative, dei regolamenti e delle procedure da esso richiamate, costituisce comportamento censurabile sia sotto il profilo disciplinare sia sotto quello del corretto svolgimento degli obblighi derivanti dal rapporto in essere fra il soggetto tenuto all'osservanza ed il Gruppo RCS.

L'autore della violazione incorrerà, oltre che nelle responsabilità e sanzioni eventualmente derivanti dalla legge quale conseguenza del comportamento tenuto, nelle sanzioni sotto indicate, ferma la possibilità per il soggetto del Gruppo RCS il cui interesse è leso dalla violazione di agire per il risarcimento degli eventuali danni subiti:

- a) se la violazione è commessa da un dipendente di una delle società del Gruppo RCS, essa comporterà l'eventuale irrogazione di sanzioni disciplinari previste dalla legge e

dalle norme contrattuali, anche collettive, applicabili, dovendosi considerare, anche ai sensi dell'art. 2104 Cod. Civ., il rispetto degli obblighi di cui al presente Codice come parte integrante delle obbligazioni inerenti al rapporto di lavoro;

- b) se la violazione è commessa da un componente degli organi sociali di una delle società del Gruppo, estesa tale qualifica al Segretario del Consiglio di Amministrazione, della stessa sarà data comunicazione ai soci alla prima assemblea successiva, o nel caso del Segretario al Consiglio nella prima riunione, ai fini della valutazione di una eventuale revoca dalla carica per giusta causa;
- c) se la violazione è commessa da persona vincolata al Gruppo RCS da un rapporto di natura differente da quelli sopra indicati, la società del Gruppo interessata avrà facoltà di risolvere tale rapporto o comunque di recedere senza essere tenuta al versamento di indennizzi o risarcimenti, anche senza preavviso, attraverso decisione assunta da soggetto munito dei necessari poteri.

Nella determinazione della sanzione si dovrà tenere conto delle concrete circostanze del caso e dell'eventuale reiterazione della violazione.

Una non corretta interpretazione dei principi e delle regole stabiliti dal Codice Etico potrà costituire esimente soltanto nei casi di comportamenti di buona fede in cui i vincoli posti dal Codice Etico dovessero eccedere i limiti di approfondimento richiesti ad una persona di buona diligenza.

Il Gruppo RCS provvederà ad implementare le procedure, regolamentazioni, comunicazioni ed istruzioni che si renderanno opportune per una corretta applicazione delle sanzioni.

Ambito di applicazione e interpretazione

Le previsioni del Codice Etico non possono contemplare ogni relazione comportamentale o situazione, ma sanciscono valori e pongono criteri di comportamento la cui osservanza ed attuazione è affidata al senso di responsabilità ed alla capacità interpretativa dei destinatari, i quali – nel caso di dubbi o incertezze interpretative – sono tenuti a chiedere indicazioni secondo la catena gerarchica e criteri di competenza funzionale, con particolare riferimento alle funzioni legale e risorse umane.

Le disposizioni del Codice Etico potranno essere in qualunque momento modificate, per adattare alle mutate esigenze del Gruppo RCS o al fine di fornire chiarimenti interpretativi..

Entrata in vigore

Le disposizioni del presente Codice Etico entrano in vigore a decorrere dalla data di approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione della capogruppo RCS MediaGroup S.p.A..

Il Codice Etico sarà comunicato a tutti i dipendenti del Gruppo RCS ed agli altri soggetti interessati.