

Mondadori Printing S.p.A.

CODICE ETICO

Gennaio 2009

SOMMARIO

Premessa pag. 3

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 Ambito di Applicazione e Destinatari pag. 4

Art. 2 Principi Generali pag. 5

Art. 3 Comunicazione pag. 5

Art. 4 Responsabilità pag. 6

Art. 5 Correttezza pag. 6

Art. 6 Conflitto di interesse pag. 7

Art. 7 Riservatezza pag. 7

CAPO II

COMPORAMENTO NEGLI AFFARI

Art. 8 Principi generali pag. 8

Art. 9 Tutela della concorrenza pag. 8

Art. 10 Rapporti con fornitori pag. 9

Art. 11 Rapporti con istituzioni e pubblici funzionari pag. 9

CAPO III

SALUTE, SICUREZZA E AMBIENTE

Art. 12 pag. 10

CAPO IV

DISPOSIZIONI SANZIONATORIE

Art. 13 pag. 11

CAPO V

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 14 pag. 12

PREMESSA

1. *La società Mondadori Printing S.p.A. (di seguito anche “la Società”), società controllata da Pozzoni S.p.A. che esplica la propria attività nel settore grafico, nello svolgimento della propria attività rispetta le leggi e i regolamenti vigenti in tutti i Paesi in cui opera.*
2. *Mondadori Printing S.p.A. ripudia ogni discriminazione delle persone basata sul sesso, sulle razze, sulle lingue, sulle condizioni personali e sociali, sul credo religioso e politico.*
3. *Mondadori Printing S.p.A. favorisce un ambiente di lavoro che, ispirato al rispetto, alla correttezza ed alla collaborazione e sulla base dell’esperienza maturata nei settori di competenza, permette il coinvolgimento e la responsabilizzazione di dipendenti e collaboratori, con riguardo agli specifici obiettivi da raggiungere e alle modalità per perseguirli.*

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

Ambito di applicazione e Destinatari

- 1. I principi e le disposizioni del presente Codice etico (di seguito “Codice”) costituiscono specificazioni esemplificative degli obblighi generali di diligenza, correttezza e lealtà, che qualificano l’adempimento delle prestazioni lavorative e il comportamento nell’ambiente di lavoro.*
- 2. I principi e le disposizioni del Codice sono vincolanti per gli Amministratori, per tutte le persone legate da rapporti di lavoro subordinato con Mondadori Printing S.p.A. (“Dipendenti”) e per tutti coloro che operano per Mondadori Printing S.p.A., quale sia il rapporto che li lega alla stessa (“Collaboratori”). Gli Amministratori, i Dipendenti e i Collaboratori sono di seguito definiti congiuntamente “Destinatari”.*
- 3. Il Codice sarà portato a conoscenza di terzi che ricevano incarichi dalla Società, o che abbiano con essa rapporti durevoli.*

Art. 2

Principi generali

1. *Il Codice costituisce un insieme di principi la cui osservanza è di fondamentale importanza per il regolare funzionamento, l'affidabilità della gestione e l'immagine del Gruppo a cui la Società appartiene. A tali principi si richiamano le operazioni, i comportamenti e i rapporti, sia interni al Gruppo che esterni.*

2. *La Società riconosce che le risorse umane costituiscono un fattore di fondamentale importanza per il proprio sviluppo. La gestione delle risorse umane è fondata sul rispetto della personalità e professionalità di ciascuna di esse nel quadro generale della presente normativa.*

Art. 3

Comunicazione

1. *La Società provvede ad informare tutti i Destinatari sulle disposizioni e sull'applicazione del codice, raccomandandone l'osservanza.*

2. *In particolare, La Società provvede, anche attraverso la designazione di specifiche funzioni interne o attraverso le funzioni preposte della società controllante:*
 - *alla diffusione del Codice presso i Destinatari;*
 - *all'interpretazione e al chiarimento delle disposizioni;*
 - *alla verifica dell'effettiva osservanza;*
 - *all'aggiornamento delle disposizioni con riguardo alle esigenze che di volta in volta si manifestano.*

Art. 4

Responsabilità

Ciascun Destinatario svolge la propria attività lavorativa e le proprie prestazioni con diligenza, efficienza e correttezza, utilizzando al meglio gli strumenti e il tempo a sua disposizione ed assumendo le responsabilità connesse agli adempimenti.

Art. 5

Correttezza

- 1. Tutte le azioni e le operazioni compiute ed i comportamenti tenuti da ciascuno dei Destinatari nello svolgimento della funzione o dell'incarico sono ispirati alla legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale e alla tutela della Società, secondo le norme vigenti e le procedure interne, nonché alla correttezza.*
- 2. I Destinatari non utilizzano ai fini personali informazioni, beni e attrezzature, di cui dispongano nello svolgimento della funzione o dell'incarico.*
- 3. Ciascun Destinatario non accetta, né effettua, per sé o per altri, pressioni, raccomandazioni o segnalazioni, che possano recare pregiudizio alla Società o indebiti vantaggi per sé, per la Società o per terzi; ciascun destinatario altresì respinge e non effettua promesse di indebite offerte di denaro o altri benefici.*

Art. 6

Conflitto di interesse

1. *I Destinatari perseguono, nello svolgimento della collaborazione, gli obiettivi e gli interessi generali della Società.*

2. *I Destinatari informano senza ritardo, tenuto conto delle circostanze, i propri superiori o referenti delle situazioni o attività nelle quali potrebbero essere titolari di interessi in conflitto con quelli della Società (o qualora di tali interessi siano titolari prossimi congiunti), ed in ogni altro caso in cui ricorrano rilevanti ragioni di convenienza. I Destinatari rispettano le decisioni che in proposito sono assunte dalla Società.*

Art. 7

Riservatezza

I Destinatari assicurano la massima riservatezza relativamente a notizie e informazioni costituenti il patrimonio aziendale o inerenti all'attività della Società, nel rispetto delle disposizioni di legge, dei regolamenti vigenti e delle procedure interne.

CAPO II

COMPORAMENTO NEGLI AFFARI

Art. 8

Principi Generali

La Società nello svolgimento delle relazioni d'affari si ispira ai principi di legalità, lealtà e correttezza.

Art. 9

Tutela della Concorrenza

- 1. La Società riconosce che una concorrenza corretta e leale costituisce elemento fondamentale per lo sviluppo dell'impresa.*
- 2. Ciascun Destinatario non pone in essere atti o comportamenti contrari ad una corretta e leale competizione tra le imprese.*

Art. 10

Rapporti con fornitori

La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto sono basate su una valutazione obiettiva della qualità e del prezzo del bene o servizio, nonché delle garanzie di assistenza e di tempestività.

Art. 11

Rapporti con istituzioni e pubblici funzionari

- 1. I rapporti della Società nei confronti delle istituzioni pubbliche nazionali, comunitarie e internazionali, nonché nei confronti di pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, ovvero organi, rappresentanti, mandatari, esponenti, membri, dipendenti, consulenti, incaricati di pubbliche funzioni o servizi, di pubbliche istituzioni, di pubbliche amministrazioni, di enti pubblici, anche economici, di enti o società pubbliche, di carattere locale, nazionale o internazionale ("Pubblici Funzionari") sono intrattenuti da ciascun Amministratore e da ciascun Dipendente, quale che sia la funzione o l'incarico, o, se del caso, da ciascun Collaboratore, nel rispetto della normativa vigente, e sulla base dei principi generali di correttezza e di lealtà.*
- 2. Qualora il Destinatario riceva da parte di un Pubblico Funzionario richieste esplicite o implicite di benefici, salvo omaggi di uso commerciale e di modesto valore, ne informa immediatamente il proprio superiore gerarchico o il soggetto cui sia tenuto a riferire per le iniziative del caso.*
- 3. La Società, qualora lo ritenga opportuno, può sostenere programmi di enti pubblici intesi a realizzare utilità e benefici per la collettività, nonché le attività di fondazioni e associazioni, sempre nel rispetto delle normative vigenti e dei principi del Codice.*

CAPO III

SALUTE, SICUREZZA E AMBIENTE

Art. 12

Nell'ambito della propria attività, la Società si ispira al principio di tutela e salvaguardia dell'ambiente e persegue l'obiettivo di garantire la sicurezza e di salvaguardare la salute dei Destinatari, mediante le iniziative opportune a tal fine.

La Società opera affinché sia evitato ogni comportamento contrario alla normativa vigente e tale, comunque, da esporre dipendenti/collaboratori/terzi a danni della persona.

I Destinatari sono tenuti a curare gli aspetti sopra indicati con la diligenza e l'attenzione dedicate alla gestione dell'attività lavorativa.

CAPO IV

DISPOSIZIONI SANZIONATORIE

Art. 13

- 1. Le disposizioni del presente Codice sono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dai Destinatari, o dai soggetti aventi relazioni d'affari con l'impresa.*
- 2. La violazione delle norme del Codice potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla risoluzione del contratto o dell'incarico e all'eventuale risarcimento dei danni.*

CAPO V

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 14

Il Codice Etico, ricognitivo della prassi aziendale, è stato introdotto con delibera del Consiglio di Amministrazione del 10 marzo 2003.

Il testo del Codice è stato aggiornato e approvato dal Consiglio di Amministrazione del 31 luglio 2009.

Ogni variazione e/o integrazione dello stesso sarà approvata dal Consiglio e diffusa tempestivamente ai Destinatari.