



Codice etico

Approvato dal Consiglio di Amministrazione
del 16 giugno 2006

Il codice etico del Gruppo Messaggerie, costituito da Messaggerie Italiane S.p.A. e dalle società da essa direttamente o indirettamente controllate ai sensi dell'art. 2359 del Codice Civile (di seguito il "Gruppo Messaggerie" o il "Gruppo"), dichiara i principi di orientamento e i valori che guidano i comportamenti degli organi societari e di tutti i membri del Gruppo.

In particolare, sono principi di carattere generale:

- il rispetto scrupoloso delle leggi e delle regole in tutti i settori e in tutte le situazioni, in cui il Gruppo è presente e opera;
- il rifiuto di ogni discriminazione basata su razza, lingua, sesso, religione, credo politico o condizione sociale;
- la scelta di lavorare in termini di coesione, fiducia e integrità, componendo i conflitti e i contrasti e nella valorizzazione dei meriti e dei risultati;
- l'enfasi sulla centralità degli uomini e delle donne che rappresentano la risorsa critica e strategica per ognuna delle Società del Gruppo;
- la consapevolezza che conseguire la redditività sul lungo periodo è condizione necessaria a sostenere i progetti e l'indipendenza del Gruppo;
- la riservatezza riguardo a informazioni aziendali è da considerarsi un dovere oltre che un valore.

Da ciò discende una Governance caratterizzata da comportamenti trasparenti, equi e positivi, dalla valorizzazione di competenze e differenze che integrano il patrimonio storico e culturale del Gruppo. I valori portanti, che guidano i comportamenti del Gruppo, fanno riferimento a: dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, autori, azionisti, stakeholders esterni.

È base comune dei valori e dei comportamenti operativi conseguenti la consapevolezza di agire come un Gruppo integrato, con obiettivi che condizionano i risultati di ognuna delle diverse società.

Pertanto si richiede la capacità di assumere gli interessi del Gruppo promuovendo e valorizzando uno stile, una cultura, un'immagine, da affermare all'interno e all'esterno, nella salvaguardia delle specifiche identità, necessarie allo svolgimento delle diverse attività.

Ciò è presupposto di uno scambio continuo di conoscenze, di pratiche convenienti, di saperi specifici.

Destinatari

I principi e le disposizioni del Codice sono vincolanti per gli Amministratori, per tutte le persone legate da rapporti di lavoro subordinato con le società del Gruppo Messaggerie e per tutti coloro che operano in qualità di collaboratori.

Valori guida

a) Nei confronti dei dipendenti e collaboratori

Equità, trasparenza, rispetto sono i valori fondamentali che guideranno l'azione del Gruppo nei confronti dei dipendenti e dei collaboratori, al fine di rendere equilibrato il rapporto, attenta l'individuazione dei bisogni, sereno il clima aziendale, produttivo il contesto in cui valorizzare con continuità competenze e prestazioni.

Chi lavora per il Gruppo deve sapere di poter trovare le condizioni più adatte per il suo sviluppo, senza discriminazioni e senza elementi che sfuggano alla comprensione comune.

b) Clienti, fornitori

Cura, qualità del servizio, rapporti fiduciari e convenienza sono i valori che ci guideranno nel rapporto quotidiano con clienti e fornitori, al fine di rendere equilibrata la relazione e cooperativa la modalità di perseguire il reciproco interesse.

Ogni rapporto con clienti e fornitori deve puntare a rendere stabile nel tempo l'associazione commerciale attraverso la coerenza dei comportamenti e l'acquisizione di un solido legame fiduciario

c) Autori

Il Gruppo si impegna a difendere la libertà d'espressione e il diritto d'autore nelle sedi opportune e nello svolgimento dell'attività quotidiana. Il Gruppo rifiuta ogni ricorso alla censura che non sia motivato dal timore di ledere diritti altrui. Il Gruppo garantisce ai suoi autori l'indipendenza da influenze motivate da interessi estranei all'attività editoriale e alle case editrici la libertà di esprimere le culture che ritengono meritevoli di pubblica attenzione. Altresì riconosce la validità dell'istituto del diritto d'autore a tutela di coloro che creano le opere dell'ingegno e si impegna a difenderlo e rispettarlo.

d) Azionisti

La creazione del valore per gli azionisti è obiettivo primario dei singoli e delle Società del Gruppo, sulla base di principi che premiano la dedizione, l'efficienza e la creatività.

Il Gruppo Messaggerie è cosciente che il perseguimento del profitto è condizione primaria per lo sviluppo economico delle diverse società e per la tutela sociale di dipendenti e interlocutori, portatori di interesse a vario titolo.

È altresì convinto che la modalità di perseguimento del profitto non è indifferente per la sua valorizzazione e per la sua tenuta nel tempo.

Ciò impegna il Gruppo a garantire agli azionisti una valorizzazione degli investimenti salvaguardando il proprio radicamento nel mercato e tenendo in considerazione le ricadute sociali della produzione e dei servizi realizzati.

e) Stakeholders esterni

Vi sono comunità territoriali o istituzionali nei cui confronti sentiamo di avere responsabilità in termini di tutela di un benessere comune, di rispetto dell'ambiente, di ascolto dei problemi sociali, di confronto con temi e orientamenti espressi da pubbliche autorità

In questo quadro di assetti complessi e di pluralità di interfaccia tra imprese e

società, l'impegno di Messaggerie è di attrezzare i propri dirigenti e il personale tutto al fine di rendere agevole lo scambio di informazioni, la messa a disposizione di competenze e di pratiche consolidate, la disponibilità a contribuire alla consapevolezza dei doveri civili, nell'ambito delle comunità territoriali di insediamento.

Disposizioni

Il codice esprime un insieme di principi la cui osservanza è indispensabile per assicurare il corretto funzionamento delle Società del Gruppo; per garantire l'affidabilità di tutte le sue strutture e delle persone che lo interpretano; per tutelare l'immagine e il patrimonio professionale di ognuno.

I soggetti, destinatari del codice etico, sono tenuti a perseguire gli obiettivi del Gruppo Messaggerie nei diversi campi di applicazione, tenendo conto che:

- il rispetto degli orientamenti e dei valori, espressi nel codice, è obbligo fondamentale, per caratterizzare la condotta di tutti in termini di legittimità, di correttezza, di prevedibilità;
- la reputazione del Gruppo è legata alla coerenza con cui principi e valori trovano riscontro nella pratica dei comportamenti quotidiani di ognuno, a partire dai vertici delle Società;
- ogni situazione o attività che possa configurare conflitti di interesse o interferenza di condizionamenti esterni rispetto agli obiettivi e agli interessi del Gruppo è configurabile come violazione sostanziale degli obblighi di correttezza etica espressi dalla carta. Va pertanto esplicitata, regolata e eventualmente rimossa tempestivamente;
- è fatto obbligo per i destinatari informare senza ritardo i propri superiori o referenti di tutte le situazioni o attività nelle quali potrebbero essere titolari di interessi in conflitto con quelli del Gruppo (o qualora tali interessi siano titolari prossimi congiunti), ed in ogni altro caso in cui ricorrano rilevanti ragioni di convenienza;
- non si dà ignoranza alla norma e, soprattutto, non è consentito farne uso distorto o personale;
- le disposizioni espresse dal codice sono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dalle parti, all'interno del Gruppo, e come tali incidono sulla valutazione delle inosservanze e sulle eventuali conseguenze pratiche derivanti da negligenze e modifiche.

Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Il Gruppo Messaggerie considera fondamentale che i rapporti e i contatti con la Pubblica Amministrazione si qualifichino immediatamente per chiarezza e trasparenza.

L'assunzione di impegni verso la Pubblica Amministrazione e le Istituzioni Pubbliche è riservata esclusivamente alle funzioni aziendali preposte ed autorizzate, nel rispetto della più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

Per questo motivo è necessario che venga raccolta e conservata la documentazione relativa ai contatti con la Pubblica Amministrazione.

Le Società del Gruppo, attraverso i propri dipendenti o rappresentanti, non devono promettere od offrire a pubblici ufficiali, incaricati di Pubblico Servizio o dipendenti in genere della Pubblica Amministrazione o di altre Istituzioni Pubbliche, denaro, beni o altre utilità di vario genere al fine di promuovere i propri interessi o gli interessi della Società, o anche per compensare o ripagare per un atto del loro ufficio né per conseguire l'esecuzione di un atto contrario ai doveri del loro ufficio.

Qualsiasi dipendente, che riceva direttamente o indirettamente proposte o richieste di benefici da pubblici funzionari, incaricati di pubblico servizio o dipendenti in genere della Pubblica Amministrazione o di altre Istituzioni Pubbliche, deve immediatamente riferirne al proprio referente aziendale.

Sanzioni

Le disposizioni del presente Codice sono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dai Destinatari, o dai soggetti aventi relazioni d'affari con l'impresa.

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.

Interpretazione

Le disposizioni del Codice offrono un quadro generale all'interpretazione del quale è possibile collocare le relazioni interpersonali e organizzative, i comportamenti pratici, le scelte generali che definiscono i rapporti con i vari Stakeholders: vanno pertanto interpretate sulla base di un'assunzione personale di responsabilità, secondo principi di buona fede e in base a scelte fondamentalmente cooperative nello stabilire obiettivi e strategie.

Nei casi di dubbio o di incertezza nell'interpretazione dei principi guida del codice, così come nella evoluzione di disposizioni particolari al mutare dei contesti di riferimento, si farà ricorso all'autorità designata a tutela del codice, che avrà formazione ad hoc stabilita dal Consiglio di Amministrazione.