



CODICE  
ETICO

---

CODE  
OF ETHICS



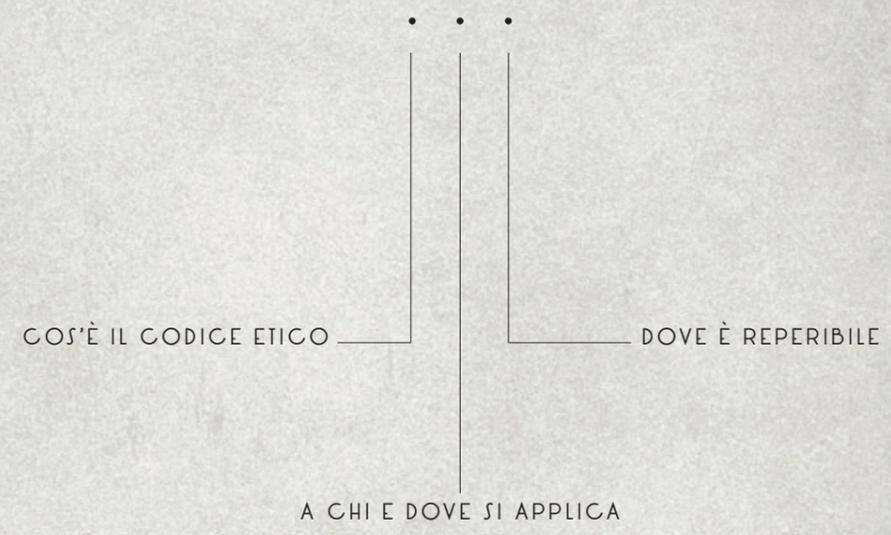
CODICE ETICO | CODE OF ETHICS



04	INTRODUZIONE	1.1 COS'È IL CODICE ETICO 1.2 A CHI E DOVE SI APPLICA 1.3 DOVE È REPERIBILE
08	PRINCIPI GENERALI	2.1 DIRITTI UMANI 2.2 CONFORMITÀ ALLE LEGGI 2.3 INTEGRITÀ FINANZIARIA E LOTTA ANTIFRODE 2.4 LOTTA ALLA CORRUZIONE 2.5 TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE 2.6 INFORMAZIONE INDIPENDENTE E RESPONSABILITÀ 2.7 CONCORRENZA
12	RELAZIONI CON I CLIENTI	3.1 DEFINIZIONE DI CLIENTE 3.2 IMPARZIALITÀ 3.3 STILE DI COMPORTAMENTO 3.4 SODDISFAZIONE DEI CLIENTI 3.5 RISERVATEZZA 3.6 INNOVAZIONE 3.7 SICUREZZA DEI PRODOTTI 3.8 CORRETTEZZA DELLE INFORMAZIONI
16	RELAZIONI CON I FORNITORI	4.1 DEFINIZIONE DI FORNITORE 4.2 RAPPORTI CON I FORNITORI 4.3 OBBLIGHI SOCIALI E TUTELA DELLA SICUREZZA 4.4 CRITERI DI SELEZIONE 4.5 VALUTAZIONE 4.6 CORRETTEZZA 4.7 OMAGGI 4.8 CONTROLLO
20	RAPPORTI CON I DIPENDENTI E COLLABORATORI	5.1 DEFINIZIONE DI DIPENDENTE E COLLABORATORE 5.2 TUTELA DELLA PERSONA 5.3 PARI OPPORTUNITÀ 5.4 VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE 5.5 ABUSO DI AUTORITÀ 5.6 COINVOLGIMENTO 5.7 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA 5.8 CONFLITTO DI INTERESSI 5.9 RISERVATEZZA 5.10 UTILIZZO DEI BENI AZIENDALI
24	RAPPORTI CON GLI INVESTITORI E IL PUBBLICO	
28	RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: COMUNITÀ E ISTITUZIONI	6.1 DEFINIZIONE DI INVESTITORE 6.2 CREAZIONE DI VALORE 6.3 TUTELA DEGLI INVESTITORI 6.4 INFORMAZIONI PRICE SENSITIVE 6.5 PARTECIPAZIONE 6.6 TUTELA DELLE MINORANZE 6.7 INSIDER TRADING
32	RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: AMBIENTE	7.1 ISTITUZIONI 7.2 AUTORITÀ REGOLATRICI 7.3 PARTITI POLITICI 7.4 STAKEHOLDERS 7.5 INIZIATIVE SOCIALI E CULTURALI 7.6 DONAZIONI E LIBERALITÀ
36	ATTUAZIONE DEL CODICE	8.1 TUTELA DELL'AMBIENTE 8.2 LEGISLAZIONE AMBIENTALE 8.3 CONTROLLO 8.4 FORNITORI 8.5 PARTECIPAZIONE 8.6 COMUNICAZIONE AMBIENTALE
		9.1 ORGANISMO DI VIGILANZA E CONTROLLO 9.2 INTERNAL AUDIT 9.3 COMUNICAZIONE E FORMAZIONE 9.4 CANALI DI COMUNICAZIONE 9.5 DISPOSIZIONI SANZIONATORIE



# INTRODUZIONE



# ARTICOLO 01

## INTRODUZIONE

Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. insieme alle società che essa controlla (il "Gruppo") si pone al servizio dei suoi clienti attuali e futuri, nei settori dell'editoria, dell'educazione, del commercio, dei nuovi media e dell'intrattenimento. Il Gruppo fa questo grazie al lavoro delle donne e degli uomini che lavorano al suo interno, alla collaborazione delle imprese che forniscono beni e servizi, alle risorse messe a disposizione dagli investitori e alle collettività di cui è parte e in cui si trova a operare. La consapevolezza di questi rapporti e delle responsabilità che comportano è da sempre parte della cultura aziendale del Gruppo.

### 1.1 COS'È IL CODICE ETICO

Questo Codice etico (il "Codice") riassume i principi di comportamento che amministratori, direttori, dirigenti, dipendenti e collaboratori a qualsiasi titolo, nonché i fornitori del Gruppo devono rispettare nel condurre le attività di impresa, nell'eseguire le prestazioni di lavoro e, in generale, nei rapporti interni ed esterni al Gruppo stesso. Esso non ha pretese di esaustività.

### 1.2 A CHI E DOVE SI APPLICA

#### 1.2.1

Il Codice vincola amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori, nonché i fornitori di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

#### 1.2.2

Il Codice è destinato inoltre ad amministratori, dirigenti, dipendenti, collaboratori e fornitori delle altre società del Gruppo. A questo fine, gli amministratori e dirigenti di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., nei limiti del loro poteri, promuovono l'adozione di questo Codice *mutatis mutandis* da parte di tutte le società italiane ed estere in cui Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. direttamente o indirettamente:

- dispone della maggioranza dei voti esercitabili nell'Assemblea ordinaria;
- dispone di voti sufficienti per esercitare un'influenza dominante nell'Assemblea ordinaria;
- esercita un'influenza dominante in virtù di particolari vincoli contrattuali con essa.

#### 1.2.3

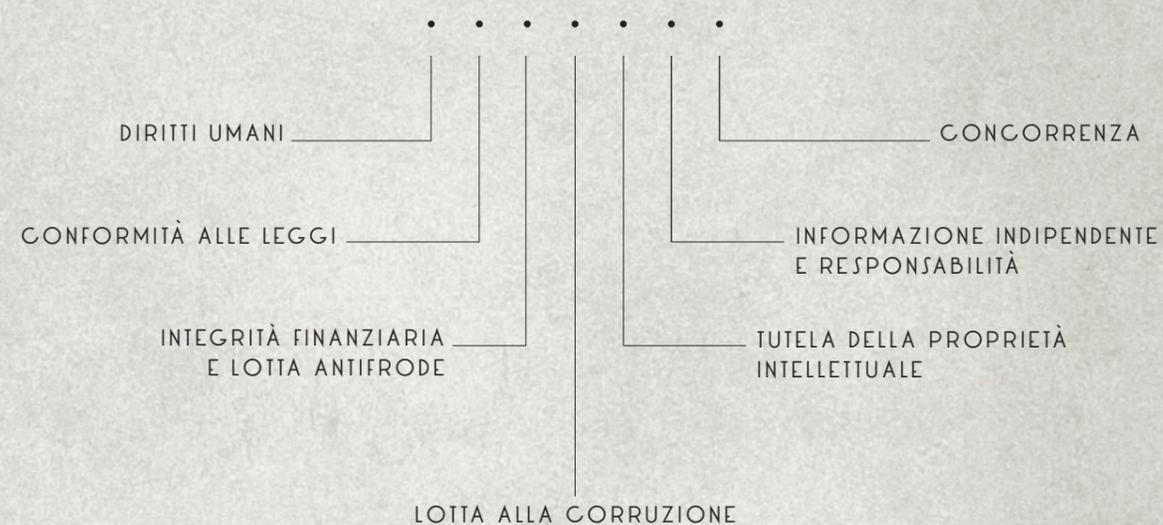
Il Gruppo rispetta il Codice in tutte le sue attività sia in Italia sia all'estero.

### 1.3 DOVE È REPERIBILE

Ciascuno può consultare il Codice in formato elettronico nella *intranet* aziendale o sul sito *internet* del Gruppo oppure può ottenerne copia cartacea chiedendola alla Direzione del Personale, alla Direzione Affari Societari e Legali o alla Direzione Controllo Interno.



# PRINCIPI GENERALI



# ARTICOLO 02

## PRINCIPI GENERALI

### 2.1 DIRITTI UMANI

Il rispetto dei diritti inviolabili dell'uomo è essenziale. Per questo il Gruppo promuove e difende questi diritti in ogni circostanza e ripudia qualsiasi discriminazione fondata sul sesso, sull'etnia, sulla lingua, sul credo religioso e politico e sulle condizioni sociali e personali. Il Gruppo fa suoi i principi posti nella Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, nella Convenzione ONU sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro e le Linee guida dell'OCSE destinate alle Imprese Multinazionali.

### 2.2 CONFORMITÀ ALLE LEGGI

Il Gruppo rispetta qualsiasi legge e, in generale, qualsiasi normativa locale, nazionale o internazionale applicabile in Italia e in ogni altro paese in cui si trovi a operare. Per assicurare il rispetto di questo principio, le società del Gruppo adottano, tra l'altro, modelli di organizzazione, gestione e controllo diretti alla prevenzione degli illeciti in genere e della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche dipendente da reato.

### 2.3 INTEGRITÀ FINANZIARIA E LOTTA ANTIFRODE

Il Gruppo compie qualsiasi operazione economica e transazione finanziaria osservando i principi di integrità e trasparenza e, in ogni caso, non compie alcuna operazione o transazione fraudolenta. Per questo, tra l'altro, ogni operazione e transazione deve essere correttamente autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

### 2.4 LOTTA ALLA CORRUZIONE

Il Gruppo rifiuta la corruzione come strumento di conduzione dei propri affari. Non è, quindi, ammesso in alcuna circostanza corrompere o anche solo tentare di corrompere titolari di cariche pubbliche elettive, pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, così come privati. In particolare, nessuno può offrire, promettere o dare denaro o altri vantaggi per ottenere prestazioni indebite per il Gruppo o per sé. Inoltre, nessuno può richiedere denaro o altri vantaggi per eseguire prestazioni indebite.

### 2.5 TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Come operatore del settore dell'editoria e dei nuovi *media*, il Gruppo ha particolare consapevolezza dell'importanza della proprietà intellettuale e per questo rispetta e protegge il contenuto di ogni forma di proprietà intellettuale propria e altrui, si tratti di diritti d'autore, brevetti, marchi, segreti commerciali o altro bene immateriale.

### 2.6 INFORMAZIONE INDIPENDENTE E RESPONSABILITÀ

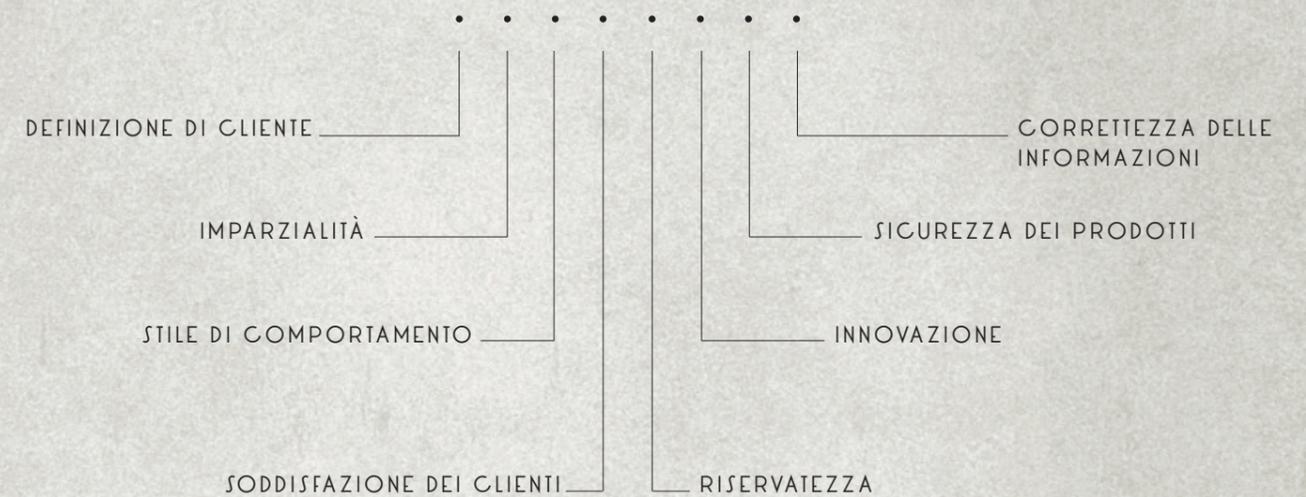
La libertà di informazione e di espressione è il fondamento dell'esistenza stessa e dell'attività del Gruppo. Per questa ragione, il Gruppo protegge e incoraggia l'autonomia editoriale e giornalistica e il pluralismo nella raccolta dei contenuti editoriali e delle informazioni, così come nella loro diffusione, al fine di assicurare al pubblico una informazione corretta, completa e imparziale.

### 2.7 CONCORRENZA

Il Gruppo riconosce che una concorrenza corretta e leale è un elemento fondamentale per lo sviluppo dell'attività di impresa. Per questo, il Gruppo rispetta la normativa *antitrust* di volta in volta applicabile e le regole di lealtà della concorrenza e in nessun caso pone in essere atti o comportamenti contrari a una concorrenza libera e leale.



## RELAZIONI CON I CLIENTI



# ARTICOLO 03

## RELAZIONI CON I CLIENTI

### 3.1 DEFINIZIONE DI CLIENTE

Il Gruppo considera come proprio cliente chiunque acquista i suoi prodotti e servizi o semplicemente ne fruisce. Sono pertanto clienti, per esempio, i compratori e i lettori dei prodotti editoriali, gli utenti dei servizi resi via *internet*, gli ascoltatori delle emittenti radiofoniche, così come gli inserzionisti.

### 3.2 IMPARZIALITÀ

Il Gruppo garantisce parità di trattamento ai propri clienti attuali e potenziali. A questo scopo, il Gruppo non compie alcuna discriminazione tra clienti senza ragioni oggettive e verificabili.

### 3.3 STILE DI COMPORTAMENTO

Il Gruppo impronta le relazioni con i clienti all'ascolto, alla disponibilità, alla cortesia, all'onestà, alla lealtà, alla professionalità e, in ogni caso, al rispetto dei principi generali di questo Codice: diritti umani, integrità finanziaria, tutela della proprietà intellettuale, informazione indipendente e responsabilità, concorrenza.

### 3.4 SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

La soddisfazione dei clienti è una risorsa primaria. Per questo il Gruppo mette in atto misure e procedure per verificare e valutare che i clienti siano soddisfatti dei prodotti e servizi offerti, così da migliorare continuamente il livello della propria offerta commerciale e da poter rimediare in modo rapido ed efficace ai casi di possibile insoddisfazione.

### 3.5 RISERVATEZZA

Spesso i clienti pongono a disposizione loro dati e informazioni personali per finalità commerciali. Il Gruppo adotta ogni misura necessaria per assicurare la conformità del trattamento alle disposizioni di legge o regolamentari di volta in volta applicabili e, comunque, la riservatezza di quei dati e informazioni secondo le aspettative legittime degli stessi clienti.

### 3.6 INNOVAZIONE

Il Gruppo persegue costantemente l'innovazione dei propri prodotti e servizi. Anche per questo, il Gruppo presta attenzione alle esigenze dei clienti e anticipa, per quanto possibile, le tendenze del mercato. Con questa finalità, il Gruppo destina risorse alla ricerca e allo sviluppo di nuove soluzioni.

### 3.7 SICUREZZA DEI PRODOTTI

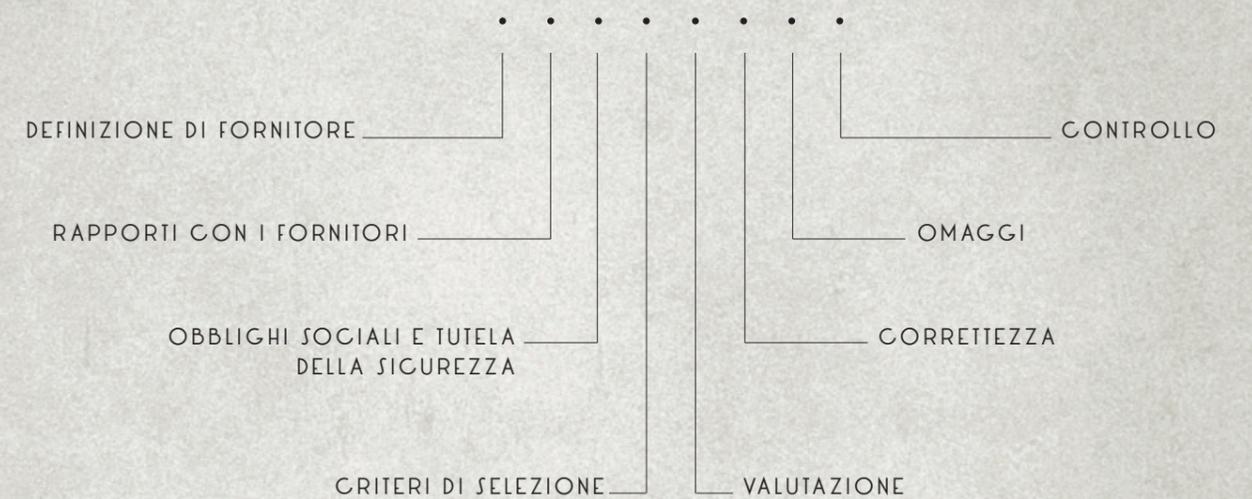
Il Gruppo garantisce la sicurezza dei prodotti che immette in commercio: per fare questo, il Gruppo assicura la scrupolosa osservanza di tutte le norme legali, regolamentari e tecniche di volta in volta applicabili e pone in essere adeguate procedure di controllo. Inoltre, il Gruppo pone particolare cura nell'assicurare la sicurezza dei più piccoli e nell'adeguare i propri prodotti e servizi destinati a bambini e adolescenti alle loro esigenze educative: a questo fine, il Gruppo osserva in modo scrupoloso tutte le norme legali, regolamentari e tecniche specificamente destinate alla loro protezione.

### 3.8 CORRETTEZZA DELLE INFORMAZIONI

Tutte le comunicazioni rivolte ai clienti devono essere veritiere, corrette e leali. Il Gruppo si astiene, in ogni modo, da qualsiasi pratica ingannevole, aggressiva o comunque scorretta, questo tanto nella pubblicità quanto nelle altre comunicazioni commerciali con i clienti.

# 04

## RELAZIONI CON I FORNITORI



# ARTICOLO 04

## RELAZIONI CON I FORNITORI

### 4.1 DEFINIZIONE DI FORNITORE

Il Gruppo considera come proprio fornitore chiunque provveda a prodotti o servizi che poi lo stesso incorpora nei propri prodotti o servizi e chi distribuisce i suoi prodotti e servizi. Sono pertanto fornitori, a titolo esemplificativo e non esaustivo, gli autori, gli stampatori e i rivenditori.

### 4.2 RAPPORTI CON I FORNITORI

Nell'approvvigionarsi il Gruppo ricerca beni e servizi di qualità ed economici e, su questa base, riconosce parità di trattamento ai fornitori attuali e potenziali.

### 4.3 OBBLIGHI SOCIALI E TUTELA DELLA SICUREZZA

Il Gruppo si impegna a preservare la salute e la sicurezza dei fornitori e dei loro dipendenti e collaboratori mediante adeguate azioni preventive secondo le normative vigenti. A loro volta, oltre ad accettare i principi di questo Codice, i fornitori del Gruppo devono garantire il rispetto dei diritti dei lavoratori e la tutela del lavoro minorile in ogni circostanza.

### 4.4 CRITERI DI SELEZIONE

La selezione dei fornitori si fonda su molteplici criteri tra i quali, per esempio, l'idoneità tecnica dei prodotti o servizi proposti, la qualità dei prodotti o servizi, l'economicità dell'offerta, il rispetto dell'ambiente e l'accettazione dei principi esposti in questo Codice.

### 4.5 VALUTAZIONE

Il Gruppo adotta apposite procedure per valutare in modo trasparente e imparziale l'affidabilità e le competenze di ciascun fornitore, la convenienza della sua offerta e le garanzie di assistenza e di tempestività delle prestazioni.

### 4.6 CORRETTEZZA

Il Gruppo intrattiene i rapporti con i fornitori su una base di correttezza e lealtà.

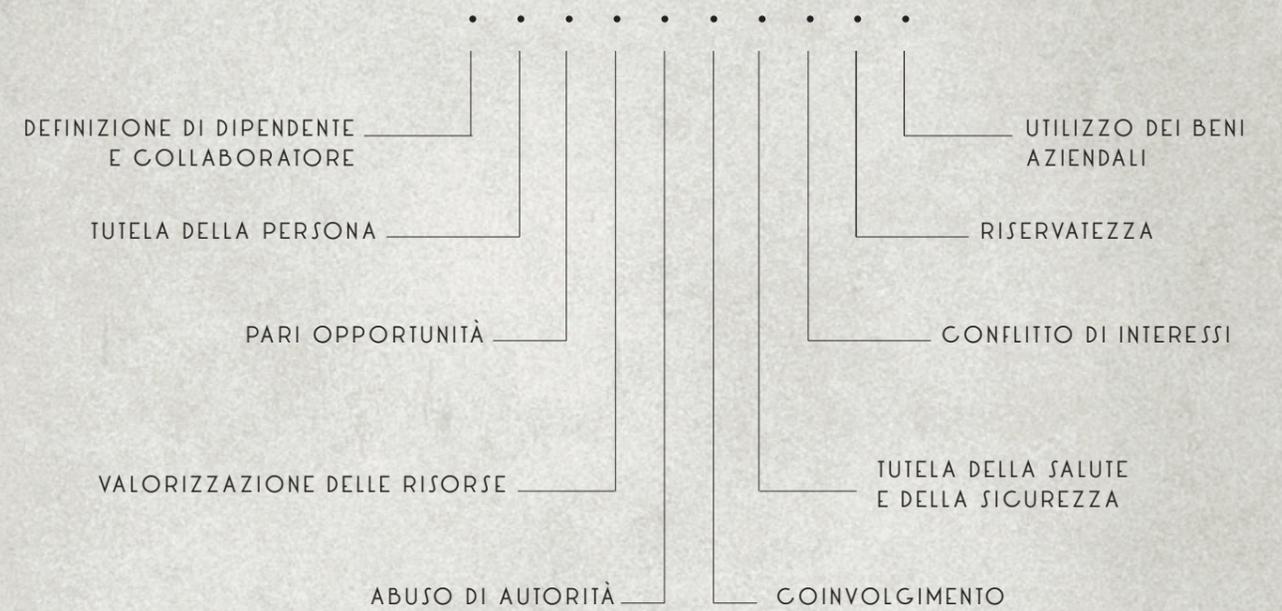
### 4.7 OMAGGI

L'elargizione di omaggi da parte dei fornitori e la loro accettazione da parte di amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo sono ammesse in quanto non mettano in pericolo l'effettiva parità di trattamento tra fornitori.

### 4.8 CONTROLLO

Al fine di verificare che i suoi fornitori aderiscano nei fatti ai principi esposti in questo Codice e agli obblighi che assumono, il Gruppo può prevedere misure di controllo presso le loro unità produttive e sedi operative.

# RAPPORTI CON DIPENDENTI E COLLABORATORI



# ARTICOLO 05

## RAPPORTI CON DIPENDENTI E COLLABORATORI

### 5.1 DEFINIZIONE DI DIPENDENTE E COLLABORATORE

Sono dipendenti e collaboratori del Gruppo tutti coloro che intrattengono, nelle forme previste dalla legge, un rapporto di lavoro o di collaborazione con il Gruppo, rapporto finalizzato al raggiungimento degli scopi dell'impresa. Così, si considerano dipendenti e collaboratori del Gruppo, per esempio, i dirigenti, i lavoratori subordinati in forza di un contratto di lavoro a tempo indeterminato, determinato o parziale, i lavoratori interinali, i collaboratori a progetto e i collaboratori occasionali.

### 5.2 TUTELA DELLA PERSONA

Il Gruppo ripudia, anzitutto al proprio interno, qualsiasi discriminazione tra dipendenti e collaboratori fondata sul sesso, sull'etnia, sulla lingua, sul credo religioso e politico e sulle condizioni sociali e personali. Esso favorisce un ambiente di lavoro dove si garantisce la dignità di ogni individuo e le relazioni tra le persone si svolgono su una base di rispetto, correttezza e collaborazione.

Il Gruppo, inoltre, si cura di evitare lo stress e, in generale, il disagio lavorativo, anche mediante controlli e strumenti di comunicazione.

### 5.3 PARI OPPORTUNITÀ

Il Gruppo incoraggia e promuove la parità di opportunità tra donne e uomini.

### 5.4 VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE

Il Gruppo valorizza le competenze, le potenzialità e l'impegno di ciascuno: per fare questo, adotta criteri di valutazione chiari e omogenei e provvede un'adeguata formazione.

### 5.5 ABUSO DI AUTORITÀ

Nessun abuso di autorità è tollerabile nei rapporti di lavoro e di collaborazione. Di conseguenza il superiore gerarchico, verso qualsiasi persona subordinata, non può compiere alcun atto né tenere alcun comportamento che non sia previsto dalla legge o dai contratti collettivi e individuali applicabili. Il Gruppo inoltre istituisce un centro di ascolto per i casi di abuso di autorità.

### 5.6 COINVOLGIMENTO

Il Gruppo si cura di sollecitare e coinvolgere tutti nel perseguimento degli obiettivi di impresa e nella soluzione dei problemi sulla base delle rispettive competenze e responsabilità. A questo scopo, la chiarezza e trasparenza organizzativa sono uno strumento fondamentale: per questo appositi ordini di servizio, che sono diffusi in tutto il Gruppo, definiscono i ruoli di ciascuno all'interno dell'azienda.

### 5.7 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

Il Gruppo rispetta tutte le norme legali, regolamentari e tecniche di volta in volta applicabili in materia di tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori e adotta sistemi di gestione adeguati a questo scopo. In ogni caso, i principi e criteri fondamentali in base ai quali sono prese le decisioni, di ogni tipo e a ogni livello, in materia di salute e sicurezza sul lavoro nell'ambito del modello di organizzazione, gestione e controllo sono: evitare i rischi; valutare i rischi che non possono essere evitati; combattere i rischi alla fonte; adeguare il lavoro alla persona, in particolare per quanto concerne la concezione dei posti di lavoro e la scelta delle attrezzature di lavoro e dei metodi di lavoro e di produzione, per attenuare il lavoro monotono e il lavoro ripetitivo e per ridurre gli effetti di questi lavori sulla salute; programmare la prevenzione, mirando a un complesso coerente che integri nella medesima la tecnica, l'organizzazione del lavoro, le condizioni di lavoro, le relazioni sociali e l'influenza dei fattori dell'ambiente di lavoro; dare la priorità alle misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale; fornire adeguate istruzioni e informazioni ai lavoratori.

### 5.8 CONFLITTO DI INTERESSI

Amministratori, dipendenti e collaboratori perseguono, nello svolgimento della collaborazione, gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo. Essi 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 del Gruppo (o qualora di tali interessi siano titolari prossimi congiunti) e in ogni altro caso in cui ricorrano rilevanti ragioni di convenienza. Amministratori, dipendenti e collaboratori rispettano le decisioni che in proposito sono assunte dal Gruppo.

### 5.9 RISERVATEZZA

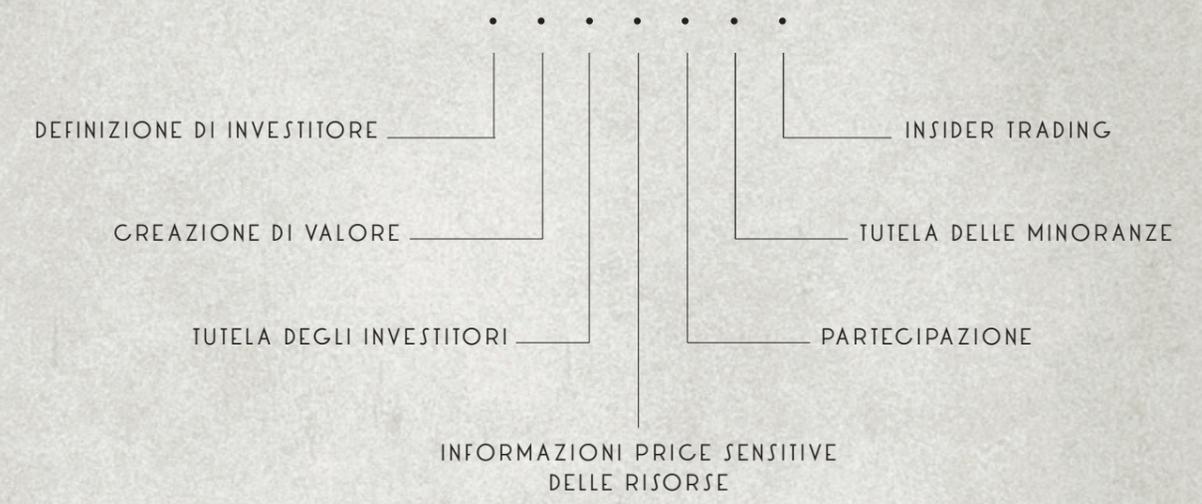
Amministratori, dipendenti e collaboratori assicurano la massima riservatezza relativamente a notizie e informazioni costituenti patrimonio aziendale o inerenti all'attività del Gruppo, nel rispetto delle disposizioni di legge, dei regolamenti vigenti e delle procedure interne.

### 5.10 UTILIZZO DEI BENI AZIENDALI

Amministratori, dipendenti e collaboratori svolgono la propria attività lavorativa e le proprie prestazioni con diligenza, efficienza e correttezza: nel fare questo, utilizzano al meglio gli strumenti e il tempo a loro disposizione e assumono le responsabilità connesse agli adempimenti. Essi non utilizzano a fini personali informazioni, beni e attrezzature di cui dispongono nello svolgimento della funzione o dell'incarico.



# RAPPORTI CON GLI INVESTITORI E IL PUBBLICO



# ARTICOLO 06

## RAPPORTI CON GLI INVESTITORI E IL PUBBLICO

### 6.1 DEFINIZIONE DI INVESTITORE

---

Il Gruppo guarda ai suoi azionisti e a tutti i titolari, portatori e beneficiari di altri titoli eventualmente emessi da Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. come a propri investitori.

### 6.2 CREAZIONE DI VALORE

---

Il Gruppo persegue la creazione di valore a medio e lungo termine per i propri investitori. A questo fine, esso investe le risorse ricevute affinché possano remunerare adeguatamente ciascun investitore in ragione del suo profilo di rischio e, allo stesso tempo, attua un efficace sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

### 6.3 TUTELA DEGLI INVESTITORI

---

A tutela degli investitori e del pubblico in genere, il Gruppo rispetta con rigore tutte le norme legali e regolamentari in materia di emittenti e si adegua tempestivamente a ogni evoluzione di queste norme. Inoltre, Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., in quanto società quotata nel mercato regolamentato italiano e controllante del Gruppo, adotta un sistema di governo societario sostanzialmente conforme alle prescrizioni del Codice di Autodisciplina degli emittenti. Qualora Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. non faccia proprie in tutto o in parte una o più raccomandazioni del Codice di Autodisciplina, essa fornisce nella relazione sul governo societario adeguate informazioni in merito ai motivi della mancata o parziale applicazione.

### 6.4 INFORMAZIONI PRICE SENSITIVE

---

Il Gruppo garantisce agli investitori e al pubblico in genere, nel rispetto della normativa vigente, un'informazione tempestiva, chiara e completa su dati e informazioni idonei a influenzare sensibilmente l'andamento dei titoli affinché i destinatari dell'informazione possano assumere decisioni di investimento o disinvestimento in modo consapevole. È esclusa la divulgazione selettiva delle informazioni privilegiate, fatta eccezione per i casi previsti dalla normativa di volta in volta in vigore.

### 6.5 PARTECIPAZIONE

---

Il Gruppo si impegna a instaurare una relazione costante con tutte le categorie di investitori attraverso idonei canali di comunicazione nel rispetto della normativa sulle informazioni *price sensitive*.

### 6.6 TUTELA DELLE MINORANZE

---

Il Gruppo garantisce la parità di informazione e trattamento di tutte le categorie di investitori.

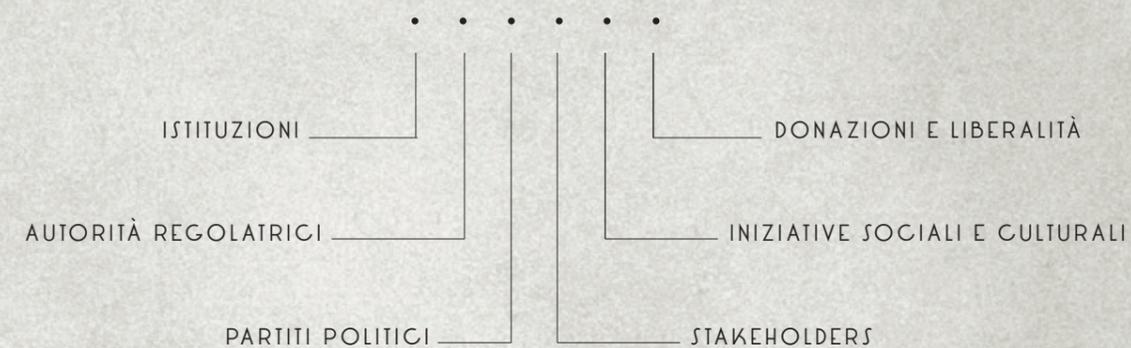
### 6.7 INSIDER TRADING

---

Tutti coloro che, all'interno del Gruppo, vengono a conoscenza di informazioni fuori dal pubblico dominio e suscettibili di influenzare significativamente il corso dei titoli di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. devono astenersi da qualsiasi divulgazione e impiego delle stesse se non in conformità alla normativa applicabile e alle disposizioni aziendali in materia.



# RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: COMUNITÀ E ISTITUZIONI



# ARTICOLO 07

## RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: COMUNITÀ E ISTITUZIONI

### 7.1 ISTITUZIONI

---

Il Gruppo intrattiene rapporti con le istituzioni pubbliche nazionali, comunitarie e internazionali, con 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 nel rispetto della normativa vigente e sulla base dei principi generali di legalità e integrità.

Qualora un amministratore, dipendente o collaboratore riceva da un funzionario pubblico richieste esplicite o implicite di benefici, salvo omaggi di uso commerciale e di modesto valore, è tenuta a informare immediatamente il proprio superiore gerarchico o il soggetto cui sia tenuto a riferire per le iniziative del caso.

Quando lo ritenga opportuno, il Gruppo 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.

### 7.2 AUTORITÀ REGOLATRICI

---

Il Gruppo intrattiene con spirito di dialogo e collaborazione i propri rapporti con le autorità di controllo e regolazione tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa, l'Autorità Garante delle Comunicazioni e Garante per la protezione dei dati personali. Ferma l'osservanza di tutte le norme legali e regolamentari, il Gruppo fornisce alle autorità di controllo e regolazione tutte le informazioni che esse richiedono in maniera corretta, adeguata e tempestiva.

### 7.3 PARTITI POLITICI

---

Il Gruppo non finanzia alcun partito politico né alcun suo esponente.

### 7.4 STAKEHOLDER

---

Il Gruppo informa i suoi *stakeholder* delle proprie attività a beneficio della collettività. A questo fine, predispone ogni anno un bilancio di sostenibilità conforme ai migliori standard e prassi.

### 7.5 INIZIATIVE SOCIALI E CULTURALI

---

Il Gruppo promuove e sostiene, anche mediante sponsorizzazioni, iniziative sociali e culturali coerenti con la propria missione e visione aziendale e i propri indirizzi strategici. Nel fare questo, si attiene a una specifica procedura che regola le modalità di selezione delle iniziative da promuovere e sostenere.

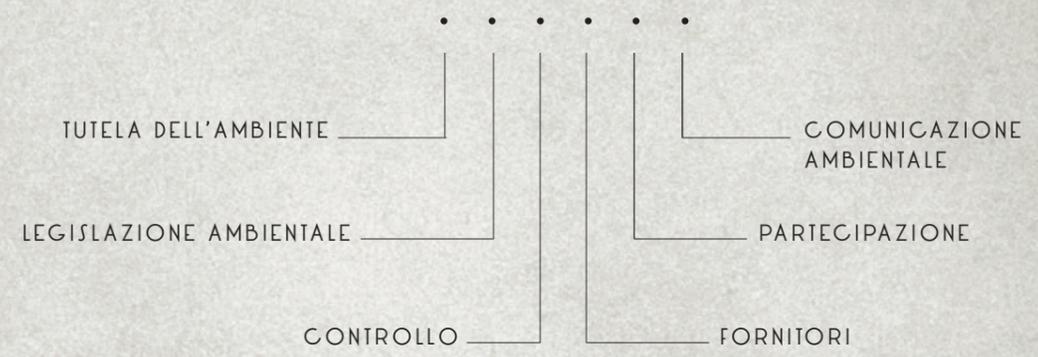
### 7.6 DONAZIONI E LIBERALITÀ

---

Il Gruppo può concedere donazioni e liberalità. In ogni caso, si attiene a una specifica procedura per la loro concessione.



# RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: AMBIENTE



ARTICOLO

08

## RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: AMBIENTE

### 8.1 TUTELA DELL'AMBIENTE

---

Il Gruppo si ispira, nella propria attività, al principio della tutela e della salvaguardia dell'ambiente.

### 8.2 LEGISLAZIONE AMBIENTALE

---

Il Gruppo rispetta tutta la legislazione comunitaria e nazionale in materia di tutela dell'ambiente, in quanto rilevante. Esso, inoltre, presta costante attenzione all'evoluzione normativa in materia al fine di adeguarsi tempestivamente alle prescrizioni che via via sopravvengono.

### 8.3 CONTROLLO

---

Il Gruppo verifica in modo regolare l'impatto della propria attività sull'ambiente e, su questa base, intraprende le azioni necessarie per rimediare gli effetti negativi e correggere le proprie modalità operative.

### 8.4 FORNITORI

---

L'adesione dei fornitori ai principi in materia ambientale riassunti in questo Codice è un elemento che concorre alla loro valutazione da parte del Gruppo.

### 8.5 PARTECIPAZIONE

---

Il Gruppo persegue un dialogo continuo con le istituzioni e le associazioni ambientaliste riconosciute, quali esponenti degli interessi sottesi alla protezione dell'ambiente e, dunque, come interlocutori qualificati in questa materia.

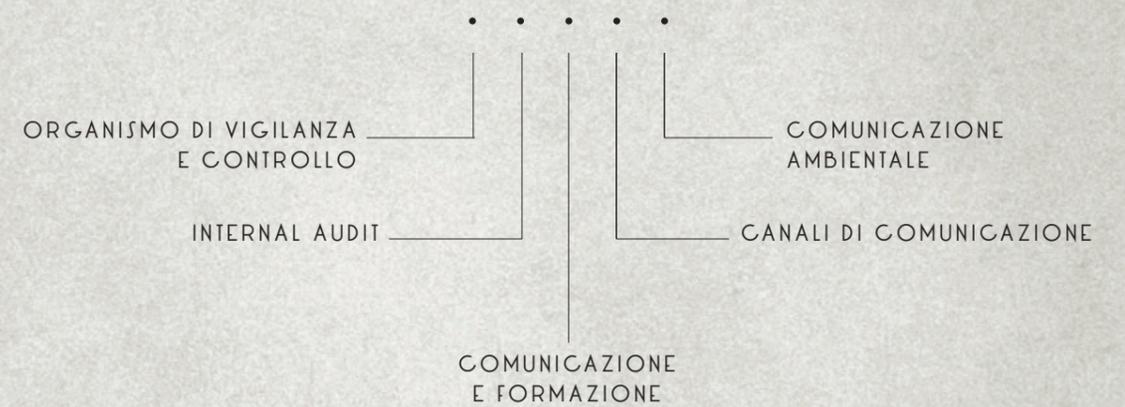
### 8.6 COMUNICAZIONE AMBIENTALE

---

Il Gruppo comunica attraverso il bilancio di sostenibilità l'impatto della propria attività sull'ambiente e i risultati delle azioni intraprese a tutela dello stesso.



# ATTUAZIONE DEL CODICE



# ARTICOLO 09

## ATTUAZIONE DEL CODICE

### 9.1 ORGANISMO DI VIGILANZA E CONTROLLO

---

L'organismo di vigilanza e controllo preposto al modello di organizzazione, gestione e controllo per la prevenzione della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche dipendente da reato, in coordinamento con il comitato controllo e rischi, vigila sull'applicazione del Codice grazie ai dati e alle informazioni raccolte dalla funzione di *internal audit*, rende pareri vincolanti sulla sua interpretazione, procede alla sua periodica revisione e ne propone eventuali modifiche al Consiglio di amministrazione e, infine, propone decisioni sulle sue violazioni.

### 9.2 INTERNAL AUDIT

---

La funzione di *internal audit* verifica il rispetto del Codice, riceve segnalazioni e riferisce dei risultati di questa attività all'organismo di vigilanza e controllo.

### 9.3 COMUNICAZIONE E FORMAZIONE

---

Il Gruppo adotta adeguate iniziative per diffondere la conoscenza del Codice presso tutti i suoi dirigenti, dipendenti, collaboratori, fornitori e *stakeholder* in genere, anche mediante apposite iniziative di formazione.

### 9.4 CANALI DI COMUNICAZIONE

---

Il Gruppo assicura adeguati canali di comunicazione con tutti i suoi *stakeholder* per ricevere segnalazioni di eventuali violazioni e osservazioni sull'applicazione.

### 9.5 DISPOSIZIONI SANZIONATORIE

---

Il rispetto dei principi riassunti in questo Codice è un obbligo di tutti gli amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e di tutti i soggetti che intrattengono rapporti d'affari con Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. Di conseguenza, la loro violazione è un inadempimento delle obbligazioni contrattuali con ogni conseguenza prevista dalla legge, compresi, se del caso, la risoluzione del contratto e il risarcimento dei danni.