CODICE ETICO | CODE OF ETHICS

CODICE ETICO

CODE OF ETHICS

MONDADORI

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

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

28 RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: COMUNITÀ E ISTITUZIONI

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

32 RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: AMBIENTE

8.1 TUTELA DELL'AMBIENTE
8.2 LEGISLAZIONE AMBIENTALE
8.3 CONTROLLO
8.4 FORNITORI
8.5 PARTECIPAZIONE
8.6 COMUNICAZIONE AMBIENTALE

36 ATTUAZIONE DEL CODICE

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

01

INTRODUZIONE

COS'È IL CODICE ETICO

A CHI E DOVE SI APPLICA

DOVE È REPERIBILE

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.

02

PRINCIPI GENERALI

- DIRITTI UMANI
- CONFORMITÀ ALLE LEGGI
- INTEGRITÀ FINANZIARIA E LOTTA ANTIFRODE
- LOTTA ALLA CORRUZIONE
- TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE
- INFORMAZIONE INDIPENDENTE E RESPONSABILITÀ
- CONCORRENZA

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.

03

RELAZIONI CON I CLIENTI

- DEFINIZIONE DI CLIENTE
- IMPARZIALITÀ
- STILE DI COMPORTAMENTO
- SODDISFAZIONE DEI CLIENTI
- RISERVATEZZA
- INNOVAZIONE
- SICUREZZA DEI PRODOTTI
- CORRETTEZZA DELLE INFORMAZIONI

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

- DEFINIZIONE DI FORNITORE
- RAPPORTI CON I FORNITORI
- OBBLIGHI SOCIALI E TUTELA DELLA SICUREZZA
- CRITERI DI SELEZIONE
- VALUTAZIONE
- CORRETTEZZA
- OMAGGI
- CONTROLLO

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

- DEFINIZIONE DI DIPENDENTE E COLLABORATORE
- TUTELA DELLA PERSONA
- PARI OPPORTUNITÀ
- VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE
- ABUSO DI AUTORITÀ
- COINVOLGIMENTO
- TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA
- CONFLITTO DI INTERESSI
- RISERVATEZZA
- UTILIZZO DEI BENI AZIENDALI

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.

06

RAPPORTI CON GLI INVESTITORI E IL PUBBLICO

- DEFINIZIONE DI INVESTITORE
- CREAZIONE DI VALORE
- TUTELA DEGLI INVESTITORI
- INFORMAZIONI PRICE SENSITIVE DELLE RISORSE
- PARTECIPAZIONE
- TUTELA DELLE MINORANZE
- INSIDER TRADING

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.

07

RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ: COMUNITÀ E ISTITUZIONI

- ISTITUZIONI
- AUTORITÀ REGOLATRICI
- PARTITI POLITICI
- STAKEHOLDERS
- DONAZIONI E LIBERALITÀ
- INIZIATIVE SOCIALI E CULTURALI

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

- TUTELA DELL'AMBIENTE
- LEGISLAZIONE AMBIENTALE
- CONTROLLO
- FORNITORI
- PARTECIPAZIONE
- COMUNICAZIONE AMBIENTALE

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

- ORGANISMO DI VIGILANZA E CONTROLLO
- INTERNAL AUDIT
- COMUNICAZIONE E FORMAZIONE
- COMUNICAZIONE AMBIENTALE
- CANALI DI COMUNICAZIONE

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.

CODICE ETICO | CODE OF ETHICS

CODICE ETICO

CODE OF ETHICS

MONDADORI

CODE OF ETHICS
MONDADORI GROUP

44 INTRODUCTION

48 GENERAL PRINCIPLES

52 RELATIONSHIPS WITH COSTUMERS

56 RELATIONSHIPS WITH SUPPLIERS

60 RELATIONSHIPS WITH EMPLOYEES AND COLLABORATORS

64 RELATIONSHIPS WITH INVESTORS AND THE PUBLIC

68 RELATIONSHIPS WITH THE GENERAL PUBLIC: COMMUNITY AND INSTITUTIONS

72 RELATIONSHIPS WITH THE GENERAL PUBLIC: THE ENVIRONMENT

76 CODE IMPLEMENTATION

1.1 WHAT IS A CODE OF ETHICS
1.2 WHERE AND TO WHOM IT APPLIES
1.3 WHERE IS IT AVAILABLE

2.1 HUMAN RIGHTS
2.2 COMPLIANCE WITH THE LAW
2.3 FINANCIAL INTEGRITY AND FRAUD PROTECTION
2.4 ANTI-CORRUPTION
2.5 INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION
2.6 FREEDOM AND RESPONSIBILITY OF INFORMATION
2.7 COMPETITION

3.1 DEFINITION OF CUSTOMER
3.2 IMPARTIALITY
3.3 BEHAVIOR
3.4 CUSTOMER SATISFACTION
3.5 CONFIDENTIALITY
3.6 INNOVATION
3.7 PRODUCT SAFETY
3.8 CORRECT INFORMATION

4.1 DEFINITION OF SUPPLIER
4.2 RELATIONSHIPS WITH SUPPLIERS
4.3 SOCIAL OBLIGATIONS AND SAFETY PROTECTION
4.4 SELECTION CRITERIA
4.5 ASSESSMENT
4.6 FAIRNESS
4.7 GIFTS
4.8 CONTROL

5.1 DEFINITION OF EMPLOYEE AND COLLABORATOR
5.2 PROTECTION OF THE INDIVIDUAL
5.3 EQUAL OPPORTUNITY
5.4 IMPROVEMENT OF RESOURCES
5.5 ABUSE OF AUTHORITY
5.6 INVOLVEMENT
5.7 PROTECTION OF HEALTH AND SAFETY
5.8 CONFLICT OF INTEREST
5.9 CONFIDENTIALITY
5.10 USE OF COMPANY ASSETS

6.1 DEFINITION OF INVESTOR
6.2 CREATION OF VALUE
6.3 INVESTOR PROTECTION
6.4 PRICE SENSITIVE INFORMATION
6.5 INVOLVEMENT
6.6 MINORITY PROTECTION
6.7 INSIDER TRADING

7.1 INSTITUTIONS
7.2 REGULATORY AUTHORITIES
7.3 POLITICAL PARTIES
7.4 STAKEHOLDERS
7.5 SOCIAL AND CULTURAL INITIATIVES
7.6 DONATIONS AND GIFTS

8.1 ENVIRONMENTAL PROTECTION
8.2 ENVIRONMENTAL LEGISLATION
8.3 CONTROL
8.4 SUPPLIERS
8.5 INVOLVEMENT
8.6 ENVIRONMENTAL COMMUNICATION

9.1 SUPERVISORY BODY
9.2 INTERNAL AUDIT
9.3 COMMUNICATION AND TRAINING
9.4 COMMUNICATION CHANNELS
9.5 REGULATIONS GOVERNING PENALTIES

01

INTRODUCTION

WHAT IS A CODE OF ETHICS

WHERE IS IT AVAILABLE

WHERE AND TO WHOM IT APPLIES

ARTICLE 01

INTRODUCTION

Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. and the companies under its control (the “Group”) provide services for current customers and prospective ones in the sectors of publishing, education, commerce, new media and entertainment. The Group carries out these activities thanks to the contribution rendered by the men and women working in it, the collaboration of businesses that supply goods and services, the resources made available by investors and society in general, of which it is a part and within which it operates. The awareness of these relationships and the responsibilities involved has always been part of our Group corporate culture.

1.1 WHAT IS A CODE OF ETHICS

This Code of Ethics (the “Code”) summarizes the principles of behavior that directors, heads of divisions, executives and collaborators at all levels, as well as the Group suppliers, are required to apply in the performance of their business activities, in the accomplishment of their tasks and, in general, in the Group internal and external relationships. This Code of Ethics shall not be considered exhaustive.

1.2 WHERE AND TO WHOM IT APPLIES

1.2.1

This Code is binding upon directors, heads of divisions, executives, employees, collaborators and suppliers of Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

1.2.2

This Code also applies to directors, executives, employees, collaborators and suppliers of other Group companies. To this end, the directors and executives of Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., to the extent of the powers conferred upon them, shall promote the adoption of this Code *mutatis mutandis* by all the Italian and foreign companies in which Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., either directly or indirectly:

- has the majority of the exercisable votes in the ordinary Shareholders’ Meeting;

- has sufficient votes to exercise a dominating influence in the ordinary Shareholders’ Meeting;

- exercises a dominating influence as a virtue of special terms established by contract with it.

In particular, the Board of Directors of each company shall adopt it formally.

1.2.3

The Group complies with the Code in the performance of its activities both in Italy and abroad.

1.3 WHERE IS IT AVAILABLE

Anyone may consult the Code in its electronic form on the Company intranet or on the Group website, or may request a hard copy from Human Resources, Corporate and Legal Affairs or Internal Control.

02

GENERAL PRINCIPLES

- HUMAN RIGHTS
- COMPLIANCE WITH THE LAW
- FINANCIAL INTEGRITY AND FRAUD PROTECTION
- ANTI-CORRUPTION
- INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION
- FREEDOM AND RESPONSIBILITY OF INFORMATION
- COMPETITION

ARTICLE 02

GENERAL PRINCIPLES

2.1 HUMAN RIGHTS

Compliance with fundamental human rights is of the essence. For this reason, the Group promotes and protects such rights in any circumstance and rejects any discrimination based on gender, ethnic origin, language, religion, political affiliation and social and personal conditions. The Group adopts the principles established in the Universal Declaration of Human Rights, in the UN Convention on the rights of the child and the adolescent, by the International Labor Organization and the OECD Guidelines regarding multinational companies.

2.2 COMPLIANCE WITH THE LAW

The Group complies with all pertinent laws and, in general, any local, national or international regulation which is applicable in Italy and in any other country in which the Group operates. In order to ensure compliance with this principle, the Group companies adopt, among others, organizational, management and control models aimed at preventing violations in general and administrative liability violations of corporations resulting from crime.

2.3 FINANCIAL INTEGRITY AND FRAUD PROTECTION

The Group carries out every economic operation and financial transaction in compliance with the principles of integrity and transparency and, in any case, does not carry out any fraudulent operation or transaction. Also for this reason, all operations and transactions must be duly authorized, verifiable, legitimate, consistent and congruent.

2.4 ANTI-CORRUPTION

The Group rejects corruption as a tool for the performance of its business affairs. As a result, no circumstance is admitted that envisages corruption or even only an attempt to corrupt individuals holding elective public office, public officials or civil servants as well as private individuals. In particular, no one shall ever offer, promise or give money or any other advantage to obtain unlawful performance in favor of the Group or oneself. In addition, no one may request money or other advantages in exchange for unlawful performances.

2.5 INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION

As operator in the publishing and new media industry, the Group is particularly aware of the importance of intellectual property and for this reason it complies with and protects the content of any form of proprietary and third party intellectual property, including without limitations copyrights, patents, trademarks, commercial secrets or any other intangible asset.

2.6 FREEDOM AND RESPONSIBILITY OF INFORMATION

Freedom of information and expression of one's opinion is of the essence for the Group's existence and activity. For this reason, the Group protects and encourages publishing and journalistic independence and diversity in the collection of publishing content and information, as well as in its dissemination, in order to ensure correct, complete and impartial information to the public.

2.7 COMPETITION

The Group acknowledges that correct and fair competition is a key element for the development of business activities. For this reason, the Group complies with the antitrust regulations applicable from time to time and the principles of fair competition, and in no event shall the Group adopt behaviors and carry out activities contrary to said principles.

03

RELATIONSHIPS WITH CUSTOMERS

- DEFINITION OF CUSTOMER
- IMPARTIALITY
- BEHAVIOR
- CUSTOMER SATISFACTION
- CONFIDENTIALITY
- INNOVATION
- PRODUCT SAFETY
- CORRECT INFORMATION

ARTICLE 03

RELATIONSHIPS WITH CUSTOMERS

3.1 DEFINITION OF CUSTOMER

The Group considers its customer anyone who buys its products and services or simply utilizes them. Therefore, customers include, for example, buyers and readers of publishing products, users of the services made available on the internet and radio station listeners, as well as advertisers.

3.2 IMPARTIALITY

The Group guarantees equal treatment to current customers and prospective ones. To this end, the Group does not discriminate between customers without objective and verifiable reasons.

3.3 BEHAVIOR

The Group establishes relationships with its customers by focusing on listening, availability, courtesy, honesty, fairness, professionalism and, in any case, on the compliance with the general principles set out in this Code: human rights, financial integrity, intellectual property protection, freedom and responsibility of information and competition.

3.4 CUSTOMER SATISFACTION

Customer satisfaction is a primary resource. For this reason, the Group implements measures and procedures to verify and measure to what extent customers are satisfied with the products and services offered by the Group, in order to further improve the level of its commercial offering and promptly and efficiently correct any eventual dissatisfaction.

3.5 CONFIDENTIALITY

Customers frequently make their personal data and information available for commercial purposes. The Group adopts any measures necessary to ensure compliance with the treatment of personal data according to the law and regulations from time to time applicable and, in any case, the Group shall consider such personal data and information confidential according to customers' legitimate expectations.

3.6 INNOVATION

The Group constantly pursues product and service innovation. For this reason, the Group pays a great deal of attention to customer needs, anticipating market trends wherever possible. To this end, the Group dedicates resources to research and development of new solutions.

3.7 PRODUCT SAFETY

The Group guarantees the safety of the products it markets. In order to do so, the Group ensures scrupulous compliance with all legal, regulatory and technical standards from time to time applicable and adopts all the necessary control procedures. In addition, the Group pays a great deal of attention to ensuring children's safety, thus adjusting its products and services intended for children and adolescents to the corresponding formative needs. To this end, the Group scrupulously complies with all the legal, regulatory and technical standards specifically targeting child safety and protection.

3.8 CORRECT INFORMATION

All the communications addressed to customers shall be truthful, correct and fair. The Group shall in no event engage in any misleading, aggressive or, in any case, improper action, and this holds both for advertising and in all the other commercial communications with customers.

04

RELATIONSHIPS WITH SUPPLIERS

- DEFINITION OF SUPPLIER
- RELATIONSHIPS WITH SUPPLIERS
- SOCIAL OBLIGATIONS AND SAFETY PROTECTION
- SELECTION CRITERIA
- ASSESSMENT
- FAIRNESS
- GIFTS
- CONTROL

ARTICLE 04

RELATIONSHIPS WITH SUPPLIERS

4.1 DEFINITION OF SUPPLIER

The Group defines a supplier as anyone who provides products and services that the Group then incorporates in its products and services, as well as anyone who distributes the Group's products and services. Therefore, suppliers are, without limitation, authors, printers and re-sellers.

4.2 RELATIONSHIPS WITH SUPPLIERS

In the procurement phase, the Group seeks good quality for value products and services and, based on this principle, it acknowledges equal conditions to current and potential suppliers.

4.3 SOCIAL OBLIGATIONS AND SAFETY PROTECTION

The Group is committed to protecting the health and safety of suppliers and their employees and collaborators through the implementation of adequate preventive actions pursuant to currently applicable regulations. In turn, in addition to accepting the principles of this Code, the Group suppliers shall guarantee compliance with workers' rights and child labor laws in every circumstance.

4.4 SELECTION CRITERIA

Supplier selection is based on multiple criteria including, for instance, the technical suitability of the products and services offered, product and service quality, the cost of the offering, compliance with the environment and compliance with the principles set out in this Code.

4.5 ASSESSMENT

The Group adopts targeted procedures to assess supplier reliability and skills in a transparent and impartial way, as well as supplier's product fair pricing, guarantees of assistance and timely performance.

4.6 FAIRNESS

The Group's relationships with suppliers are based on correctness and fairness.

4.7 GIFTS

The distribution of gifts by suppliers and their acceptance by directors, executives, employees and collaborators of the Group is permitted when this in no way endangers the actual fair treatment of suppliers.

4.8 CONTROL

In order to verify that suppliers comply with the principles set out in this Code and abide by the relevant obligations, the Group may implement control measures at the supplier production facilities and operating premises.

RELATIONSHIPS WITH EMPLOYEES AND COLLABORATORS

- DEFINITION OF EMPLOYEE AND COLLABORATOR
- PROTECTION OF THE INDIVIDUAL
- EQUAL OPPORTUNITY
- IMPROVEMENT OF RESOURCES
- ABUSE OF AUTHORITY
- INVOLVEMENT
- PROTECTION OF HEALTH AND SAFETY
- CONFLICT OF INTEREST
- CONFIDENTIALITY
- USE OF COMPANY ASSETS

ARTICLE 05

RELATIONSHIPS WITH EMPLOYEES AND COLLABORATORS

5.1 DEFINITION OF EMPLOYEE AND COLLABORATOR

Group employees and collaborators are all those who have a labor or collaboration relationship with the Group, pursuant to law regulations, aimed at achieving the business objectives. As a result, Group employees and collaborators include, for instance, executives, employees with a permanent, limited or part-time labor contract, temporary workers, freelance workers and occasional workers.

5.2 PROTECTION OF THE INDIVIDUAL

The Group rejects, in first instance from within, any discrimination between employees and collaborators based on gender, ethnic origin, language, religion, political affiliation and social and personal conditions. The Group promotes a working environment where the dignity of each single individual is guaranteed and relationships between co-workers are based on the respect, correctness and collaboration. In addition, the Group makes every effort to avoid stress and, in general, unease at work, also through controls and communication tools.

5.3 EQUAL OPPORTUNITY

The Group encourages and promotes equal opportunities for women and men.

5.4 IMPROVEMENT OF RESOURCES

The Group leverages on the skills, potential and commitment of each single individual. In order to do so, the Group adopts clear and uniform valuation criteria and provides adequate training.

5.5 ABUSE OF AUTHORITY

No abuse of authority shall ever be tolerated in any labor and collaboration relationship. As a result, senior managers are never permitted to act or behave towards subordinates in a manner sanctioned by law or by the from time to time applicable collective or individual labor contracts. The Group has also established a listening center to report on cases of abuse of authority.

5.6 INVOLVEMENT

The Group is committed to involving everybody in pursuing its business objectives and in the resolution of problems, based on the relevant skills and responsibilities. To this end, clarity and organizational transparency are key and for this reason adequate service orders, distributed to the entire Group, define everyone's role within the company.

5.7 PROTECTION OF HEALTH AND SAFETY

The Group complies with all legal, regulatory and technical standards from time to time applicable in the matter of health and safety in the workplace and adopts adequate management measures to this end. In any case, the fundamental principles and criteria based upon which decisions are made, of any type and level, in the matter of health and safety in the workplace in the context of the organizational, management and control model are: when possible avoid the risks; assess the risks which cannot be avoided; fight risks upstream; adjust the job to the individual, particularly in relation to the concept of job and the selection of working tools and working and production means in order to mitigate monotonous work and repetitive work and to reduce the effects of these jobs on the individual's health; to plan prevention, aiming at a coherent plan that combines technology, work organization, work conditions, social relations and the influence of factors in the work environment; give priority to collective protection measures vis-à-vis individual protection measures and provide adequate instructions and information to employees.

5.8 CONFLICT OF INTEREST

Directors, employees and collaborators pursue the Group objectives and general interests in the performance of their activities. They promptly inform, considering the circumstances, their senior managers or direct superiors about situations or activities in which their personal interests may conflict with those of the Group (or in the case in which next of kin hold such interests) and in any other case in which there are relevant reasons of advantage. Directors, employees and collaborators comply with the decisions that the Group makes in this respect.

5.9 CONFIDENTIALITY

Directors, employees and collaborators guarantee maximum confidentiality in relation to news and information regarding the Company's financial position or inherent to the Group activities in accordance with the applicable laws and regulations and internal procedures.

5.10 USE OF COMPANY ASSETS

Directors, employees and collaborators carry out their working activities and perform their tasks with diligence, efficiency and correctness. In doing so, they use the best tools and time made available and assume the responsibilities correlated with such tasks. They do not use information, assets and tools made available to them for the accomplishment of their functions or assignments for their personal advantage.

06

RELATIONSHIPS WITH INVESTORS AND THE PUBLIC

- DEFINITION OF INVESTOR
- CREATION OF VALUE
- INVESTOR PROTECTION
- PRICE SENSITIVE INFORMATION
- INVOLVEMENT
- MINORITY PROTECTION
- INSIDER TRADING

ARTICLE 06

RELATIONSHIPS WITH INVESTORS AND THE PUBLIC

6.1 DEFINITION OF INVESTOR

The Group considers its shareholders and holders of, bearers of and beneficiaries of other securities possibly issued by Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. as investors.

6.2 CREATION OF VALUE

The Group pursues the creation of value for its investors in the medium-long term. To this end, the Group invests the resources collected so that they can adequately compensate each individual investor according to the relevant risk profile and, simultaneously, implements an efficient internal control and risk management system.

6.3 INVESTOR PROTECTION

For the purpose of protecting investors and the public at large, the Group strictly complies with all the legal and regulatory standards in the matter of issuers and promptly adjusts to any modification of the same. In addition, Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., as a company listed on the Italian regulated market and Group parent company, adopts a corporate governance system that is essentially compliant with the Issuers' Corporate Governance Code. When Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. does not entirely or partially adopt one or more recommendations of the abovementioned Issuers' Corporate Governance Code, the Group provides adequate information about the reasons for the failed or incomplete compliance in the relevant corporate governance report.

6.4 PRICE SENSITIVE INFORMATION

Pursuant to law, the Group ensures investors and the public at large prompt, clear and complete information about the data and information suitable for influencing security trends so that the beneficiaries of such information may make the relevant investment or divestment decisions knowingly. Selective dissemination of such privileged information is forbidden, except for the cases envisaged by the from time to time applicable law.

6.5 INVOLVMENT

The Group is committed to establishing long-term relationships with all categories of investors through adequate communication channels in compliance with the relevant regulations in the matter of price sensitive information.

6.6 MINORITY PROTECTION

The Group guarantees equal information and treatment to all categories of investors.

6.7 INSIDER TRADING

All those who, within the Group, become aware of information outside the public domain and susceptible to significantly influence Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. listings shall abstain from any dissemination and use of the same except in the case of events in compliance with the applicable regulations and corporate guidelines in the matter.

07

RELATIONSHIPS WITH THE GENERAL PUBLIC: COMMUNITY AND INSTITUTIONS

- INSTITUTIONS
- REGULATORY AUTHORITIES
- POLITICAL PARTIES
- STAKEHOLDERS
- SOCIAL AND CULTURAL INITIATIVES
- DONATIONS AND GIFTS

ARTICLE 07

RELATIONSHIPS WITH THE GENERAL PUBLIC: COMMUNITY AND INSTITUTIONS

7.1 INSTITUTIONS

The Group has relationships with public national, European community and international institutions, with public officials and civil servants, as well as bodies, representatives, agents, members, employees, consultants, public officials, functionaries of public institutions, public administrations, public entities, also financial, public entities or companies of a local, national or international nature, in compliance with the currently applicable regulations and based on the general principles of legality and integrity.

When a director, employee or collaborator receives from an official explicit or implicit requests for benefits, excepting gifts of commercial use and moderate value, he shall promptly inform his senior manager or any person he may report to for the implementation of the proper procedures.

When appropriate, the Group may support programs implemented by public bodies aimed at creating useful conditions and benefits for the general public as well as activities of foundations and associations, always in compliance with the applicable regulations and the principles of this Code.

7.2 REGULATORY AUTHORITIES

The Group has relationships with supervisory and regulatory bodies based on dialogue and collaboration. Such supervisory and regulatory bodies include, without limitation, the Supervisory Authority for Competition and the Market, the Italian National Commission for Companies and the Stock Exchange, the Supervisory Authority for Communications and the Protection of Personal Data. Subject to compliance with all the legal and regulatory standards, the Group provides such supervisory bodies with all the information they request in a correct, adequate and timely way.

7.3 POLITICAL PARTIES

The Group does not finance any political party or any political representatives.

7.4 STAKEHOLDERS

The Group informs its stakeholders about its activities for the benefit of the general public. To this end, the Group drafts a sustainability report every year according to the applicable best standards and practices.

7.5 SOCIAL AND CULTURAL INITIATIVES

The Group promotes and supports, also through sponsorships, social and cultural initiatives consistent with its mission, vision and strategic orientation. In doing so, the Group implements a specific procedure that regulates how such initiatives are selected for further promotion and support.

7.6 DONATIONS AND GIFTS

The Group may give donations and gifts. In any case, the Group implements a specific procedure for their distribution.

RELATIONSHIPS WITH THE GENERAL PUBLIC: THE ENVIRONMENT

- ENVIRONMENTAL PROTECTION
- ENVIRONMENTAL LEGISLATION
- CONTROL
- SUPPLIERS
- INVOLVEMENT
- ENVIRONMENTAL COMMUNICATION

ARTICLE 08

RELATIONSHIPS WITH THE GENERAL PUBLIC: THE ENVIRONMENT

8.1 ENVIRONMENTAL PROTECTION

The Group's activities are guided by the principles of environmental protection and eco-sustainability.

8.2 ENVIRONMENTAL LEGISLATION

The Group complies with the European community and national regulations in the matter of environmental protection, which it considers a key priority. In addition, the Group pays a great deal of attention to the development of regulatory norms in the matter in order to promptly adjust to the from time to time applicable indications.

8.3 CONTROL

The Group regularly verifies the impact of its activities on the environment and, based on this, implements all the necessary actions to remedy the negative effects and correct its operating methods.

8.4 SUPPLIERS

Supplier compliance with the principles regarding environmental protection summarized in this Code is key for their appreciation by the Group.

8.5 INVOLVEMENT

The Group pursues an ongoing dialogue with the leading pro-environment institutions and associations, which represent the interests underlying environmental protection and, as a result, are qualified interlocutors in this matter.

8.6 ENVIRONMENTAL COMMUNICATION

The Group communicates the impact of its activities on the environment and the results of the actions undertaken to protect it in its sustainability report.

CODE IMPLEMENTATION

- SUPERVISORY BODY
- INTERNAL AUDIT
- COMMUNICATION AND TRAINING
- COMMUNICATION CHANNELS
- REGULATIONS GOVERNING PENALTIES

ARTICLE 09

CODE IMPLEMENTATION

9.1 SUPERVISORY BODY

The supervisory body envisaged in the organizational, management and control model to avoid the administrative responsibility of corporations resulting from criminal actions, in co-ordination with the control and risk committee, supervises the application of this Code thanks to the data and information collected through the Internal Audit function, issues binding opinions on its interpretation, proceeds with its periodic review and submits applicable changes to the Board of Directors and, last but not least, proposes decisions in relation to violations.

9.2 INTERNAL AUDIT

The Internal Audit function verifies compliance with this Code, receives reports and refers the results of such activity to the supervisory body.

9.3 COMMUNICATION AND TRAINING

The Group adopts adequate initiatives to disseminate knowledge about the Code with all of its executives, employees, collaborators, suppliers and stakeholders in general, also through targeted training initiatives.

9.4 COMMUNICATION CHANNELS

The Group ensures adequate communication channels with all of its stakeholders for the purpose of receiving reports about possible violations and comments regarding the application of this Code.

9.5 REGULATIONS GOVERNING PENALTIES

Compliance with the principles summarized in this Code is mandatory for all directors, executives, employees and collaborators of Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. and all the subjects who have business relations with Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. As a result, their violation constitutes a breach of the contractual obligations leading to any consequence envisaged by law, including, if applicable, the termination of the contract and damages.

Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

Sede legale:
via Gian Battista Vico, 42
20123 Milano

Sede amministrativa:
Via A. Mondadori, 1
20054 Segrate (MI)

Capitale sociale euro 67.979.168,40
C. Fisc. e Reg. Imprese di Milano 07012130584
R.E.A. 1192794
Partita IVA 08386600152

L'applicabilità del Codice Etico, disponibile sul sito corporate/sezione Governance all'indirizzo **https://www.gruppomondadori.it/governance/etica-e-comportamento/codice-etico**, si estende a tutte le società del Gruppo.

The Code of Ethics applies to all companies in the Group and is available in corporate website:
https://www.gruppomondadori.it/governance/etica-e-comportamento/codice-etico