

# Incentive Promomedia srl.

## Codice etico

INCENTIVE PROMOMEDIA s.r.l.  
[www.promomedianet.it](http://www.promomedianet.it)

**BARI** - Ufficio di rappresentanza  
70122 Bari - Via Nicolai, 63

**ROMA** - Filiale  
00100 Roma - Viale America, 93  
Tel. 06 5922044 - Fax 06 5912406  
[filialeroma@promomedianet.it](mailto:filialeroma@promomedianet.it)

**IL BARICENTRO** - Sede legale  
70010 Bari Casamassima - Lotto 12/A - S.S.100 km.16  
Tel: +39 080 4571011 - Fax: +39 080 4571090  
[info@promomedianet.it](mailto:info@promomedianet.it)

**PARMA** - Filiale  
43016 Parma - Viale Savani, 2  
Tel. 0521 291605 - Fax 0521 953591  
[filialeparma@promomedianet.it](mailto:filialeparma@promomedianet.it)

**MILANO** - Filiale  
20090 Assago (MI) Via Cascina Venina, 7 Palazzo P  
Tel. 02 89305327 - Fax 02 89300057  
[filialemilano@promomedianet.it](mailto:filialemilano@promomedianet.it)

**BUCURESTI** - Romania  
030825 Bucaresti  
Calea Mosilor, 235 /bl 43 - Et.6/ apt 23 /sect 2  
Tel. - Fax: +40 212100978  
[bucarest@promomedianet.it](mailto:bucarest@promomedianet.it)



Cap. Soc. € 258.216,67  
interamente versato  
Partita IVA 04584900726  
Num. Iscr. CCIAA 324933 Bari  
Num. Re. Società 31852 Tribunale di Bari

## 1. PREMESSA

INCENTIVE PROMOMEDIA s.r.l. (di seguito anche Promomedia o la Società) è una primaria società che opera direttamente o attraverso società collegate, nei seguenti settori:

- a) progettazione grafica e stampa volantini;
- b) merchandising e promotion in store;
- c) marketing operativo nella grande distribuzione organizzata;

Promomedia mira a fornire servizi di qualità nel rispetto della propria tradizione.

L'attività di Promomedia si svolge in un ambito nazionale che porta la società e le collegate ad operare in una molteplicità di contesti istituzionali, economici, politici, sociali e culturali in continua e rapida evoluzione.

Promomedia aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i suoi stakeholder, cioè con quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto è richiesto per realizzare la propria missione.

Sono stakeholder gli azionisti, i collaboratori (intendendosi con tale definizione gli amministratori, i dirigenti ed i dipendenti della Società), i clienti, i fornitori e i partners d'affari. In senso allargato sono stakeholder tutti quei singoli gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti dell'attività di Promomedia.

Pertanto, affinché l'attività si possa svolgere in modo corretto, è necessario che tutti i suoi stakeholder operino al meglio ponendo a disposizione della Società il proprio bagaglio culturale, tecnico, operativo ed etico.

Promomedia ha, quindi, ritenuto opportuno definire con chiarezza l'insieme dei valori che la Società riconosce, accetta e condivide, nonché l'insieme delle regole e dei principi di comportamento che si pongono alla base della sua attività.

Questo insieme di principi e regole è contenuto nel presente Codice Etico del quale la Società si aspetta la spontanea condivisione, adesione e diffusione nonché il rispetto da parte di tutti i suoi stakeholder.

## 2. GUIDA ALL'USO DEL CODICE

### Descrizione del Codice Etico

Il Codice definisce i principi e i modelli di condotta degli affari della Società nonché gli impegni e le responsabilità dei collaboratori.

Promomedia agisce nella piena conformità alle leggi, nella trasparenza, correttezza e impegno professionale al fine di sviluppare il proprio valore a vantaggio degli azionisti nonché la crescita professionale delle proprie risorse umane.

A tale proposito il Codice fornisce informazioni in ordine alla soluzione di problemi di natura etica e commerciale. In particolare, la convinzione di agire in qualche modo a vantaggio dell'azienda non giustifica l'adozione di comportamenti in contrasto con tali principi.

Tutte le azioni, operazioni e transazioni riferibili all'attività della Società devono essere intraprese e perseguite nel pieno rispetto della legalità, imparzialità e dei principi di leale concorrenza, devono essere gestite nella massima correttezza, devono ispirarsi alla completezza e trasparenza dell'informazione, devono essere sostenute da riscontri documentali e devono poter essere sottoposte a verifiche e controlli. I rapporti con le Autorità devono essere improntati alla massima trasparenza e collaborazione, nel pieno rispetto delle loro funzioni istituzionali.

Il Codice, insieme a tutte le altre norme, politiche e disposizioni emanate dalla Società, costituisce il programma per assicurare un'efficace percezione e rilevazione di violazioni di leggi.

### Destinatari del Codice Etico

Il Codice si applica a tutti i collaboratori della Società e a tutti gli altri soggetti o società che agiscono per conto della stessa, i quali sono, pertanto, impegnati ad osservare ed a far osservare il contenuto del presente Codice Etico nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità, nonché in occasione dello svolgimento della propria attività professionale.

La Società si adopererà affinché le società collegate adottino dei Codici di condotta i cui principi siano ispirati, e comunque non contrastino in alcun modo, con quelli del presente Codice.

La Società dovrà adoperarsi per far sì che il Codice sia considerato uno standard di best practices per la condotta negli affari da parte di quei soggetti con i quali intrattiene rapporti di collaborazione su base duratura, quali consulenti ed esperti.

### 3. PRINCIPI GENERALI

#### **Imparzialità**

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi stakeholder Promomedia evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori.

#### **Probità**

Nell'ambito della loro attività professionale, i collaboratori della Società sono tenuti a rispettare con diligenza le leggi vigenti, il Codice Etico e i regolamenti interni. In nessun caso il perseguimento dell'interesse di Promomedia può giustificare la loro inosservanza.

#### **Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse**

Nella conduzione di qualsiasi attività devono evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse. Con ciò si intende sia il caso in cui un collaboratore persegua un interesse diverso dalla missione di impresa e dal bilanciamento degli interessi degli stakeholder o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari dell'impresa, sia il caso in cui i rappresentanti dei clienti o dei fornitori, o delle istituzioni pubbliche, agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione.

In tale prospettiva il dipendente ed il collaboratore sono tenuti ad evitare ogni situazione e ad astenersi da ogni attività che possa contrapporre un interesse personale a quelli della Società o che possa interferire ed intralciare la capacità di assumere, in modo imparziale ed obiettivo, decisioni nell'interesse della Società medesima. I dipendenti e i collaboratori devono quindi escludere ogni possibilità di sovrapporre o comunque incrociare, strumentalizzando la propria posizione funzionale, le attività economiche rispondenti ad una logica di interesse personale e/o familiare e le mansioni che ricoprono all'interno della Società.

Ogni situazione di conflitto di interessi, anche indiretta o potenziale, deve essere tempestivamente riferita agli organismi preposti (es. Organismo di Vigilanza previsto dalla Legge 231, Legale Rappresentante della Società, ecc.) affinché ne sia valutata la sussistenza e la gravità e possano essere esclusi o attenuati i conseguenti effetti.

È politica di Promomedia diffondere a tutti i livelli una cultura orientata all'esercizio del controllo, caratterizzata dalla consapevolezza dell'esistenza dei controlli interni e dalla coscienza del contributo positivo che questi danno al miglioramento dell'efficienza.

Per controlli interni si intendono tutti gli strumenti necessari o utili a indirizzare, gestire e verificare le attività della Società con l'obiettivo di assicurare il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, proteggere i beni aziendali, gestire efficientemente le attività e fornire dati contabili e finanziari accurati e completi.

La responsabilità di realizzare un sistema di controllo interno efficace è comune a ogni livello della struttura organizzativa; conseguentemente tutti i collaboratori di Promomedia, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo.

Nell'ambito delle loro competenze, i dirigenti sono tenuti a essere partecipi del sistema di controllo aziendale e a farne partecipi i loro collaboratori.

## **Trasparenza e completezza dell'informazione**

I collaboratori di Promomedia sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo che, nell'impostare i rapporti con l'azienda, gli stakeholder siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti. In particolare, nella formulazione di eventuali contratti, Promomedia ha cura di specificare al contraente i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste, in modo chiaro e comprensibile.

## **Doveri dei collaboratori**

Promomedia si attende dai propri collaboratori, nello svolgimento delle proprie mansioni, comportamenti eticamente ineccepibili, oltre che legalmente e professionalmente corretti, atti a rinsaldare la fiducia reciproca ed a consolidare l'immagine della Società. Si richiede, pertanto, ai collaboratori: di operare con probità ed integrità nei rapporti intercorrenti fra loro, con le società del Gruppo, con gli azionisti di esse, con le società concorrenti, con i clienti e, in genere, con i terzi, siano essi Pubbliche Amministrazioni o soggetti privati; di osservare le disposizioni legali proprie di ciascuno degli ordinamenti in cui opera la

Società; di evitare conflitti di interesse con la Società di appartenenza e con le altre del Gruppo e, comunque, comportamenti determinanti pubblicità negativa per le stesse; di sostenere l'impegno della Società nel combattere e deprecare ogni illecita forma di agevolazione al turismo sessuale.

## REGOLE COMPORTAMENTALI

### Rapporti tra dipendenti

I rapporti tra dipendenti della stessa Società o di differenti società del Gruppo devono essere sempre improntati ai principi di una civile convivenza e devono svolgersi nel rispetto, reciproco, dei diritti e della libertà delle persone.

### Rapporti gerarchici all'interno della Società

I rapporti tra i livelli di responsabilità, connessi alle differenti posizioni gerarchiche esistenti nella Società, devono svolgersi con lealtà e correttezza, nel rispetto del segreto d'ufficio.

Tutti i responsabili di specifiche attività e delle strutture organizzative devono esercitare i poteri connessi alla delega ricevuta con prudente equilibrio, rispettando la dignità della persona dei propri collaboratori. Per quanto concerne le modalità di esercizio dei poteri attribuiti si deve fare espresso riferimento all'apposita procedura aziendale.

Tutti i componenti delle strutture organizzative o di specifici gruppi di lavoro, a loro volta, devono prestare la massima collaborazione ai responsabili delle une e degli altri, osservando le disposizioni per l'esecuzione e per la disciplina del lavoro impartite da questi ultimi e, in generale, dalla Società.

### Rapporti con autorità ed istituzioni pubbliche ed altri soggetti rappresentativi di interessi collettivi

Tutti coloro che, a qualunque titolo, intrattengono per conto di Promomedia rapporti con autorità statali, governative e istituzioni pubbliche, anche comunitarie e straniere, nonché con altri soggetti rappresentativi di interessi collettivi, e con le persone fisiche che li rappresentano devono operare nel costante e rigoroso rispetto della normativa vigente in Italia e nel paese in cui si svolge il rapporto, improntando la propria attività a correttezza e trasparenza. In particolare, coerentemente con i principi di cui al presente Codice, è fatto divieto, nei rapporti con i rappresentanti della Pubblica Amministrazione italiana o straniera, direttamente o indirettamente, di:

- Promettere o effettuare erogazioni in denaro, omaggi o regalie al di fuori degli scopi o per finalità diverse da quelle istituzionali e di servizio.
- Promettere o concedere vantaggi di qualsiasi natura, al fine di influenzare l'indipendenza di giudizio o di ottenere un qualsiasi vantaggio per la Società.
- Tenere una condotta ingannevole che possa indurre la Pubblica Amministrazione in errore di valutazione tecnico economica dei prodotti e servizi offerti/ forniti.
- Destinare contributi, sovvenzioni, incentivi, agevolazioni o finanziamenti pubblici a finalità diverse da quelle per le quali sono stati ottenuti. I rapporti con i soggetti sopraelencati sono riservati esclusivamente alle funzioni a ciò delegate, nel rispetto dell'assetto gerarchico e organizzativo della Società.

### **Dazioni di denaro e prestazioni gratuite offerti a terzi**

Qualsiasi dipendente della Società non deve promettere o versare somme o beni in natura di qualsiasi entità o valore a qualsiasi soggetto per promuovere o favorire interessi di una o più società del Gruppo, anche a seguito di illecite pressioni. Fanno eccezione solo i piccoli regali o cortesie di uso commerciale di modesto valore (omaggi per *rèclame* o per festività, o inviti a convegni o riunioni per presentazioni od auguri, ecc.) quando non siano vietati.

Qualsiasi dipendente della Società non deve eludere le prescrizioni del paragrafo di cui sopra ricorrendo a forme diverse di aiuti o contribuzioni che sotto veste di sponsorizzazioni, incarichi, consulenze, pubblicità, ecc., abbiano invece le stesse finalità vietate nel primo paragrafo.

Qualsiasi dipendente della Società riceva richieste esplicite o implicite di benefici suddetti da qualunque persona, deve immediatamente sospendere ogni rapporto d'affari con il richiedente ed informare subito il proprio superiore o, in mancanza, l'Amministratore Delegato della Società od il Direttore Generale e l'Organismo di Vigilanza.

### **Dazioni di denaro, doni e prestazioni gratuite offerti da terzi**

Nello svolgimento delle proprie mansioni nessun collaboratore, né direttamente né indirettamente attraverso membri della propria famiglia, può richiedere o accettare denaro, altri doni e prestazioni di favore di qualsiasi valore non simbolico da terzi che abbiano rapporti di affari o lavoro con la Società. Per valore "non simbolico" si intendono doni, prestazioni di servizi, erogazioni, ecc., di valore unitario non superiore al valore di Euro 300. In caso di doni, prestazioni di servizi, erogazioni, ecc., di valore unitario superiore ad Euro 300, il collaboratore è tenuto a darne immediata informazione alla Direzione Risorse Umane, con la quale concorderà il comportamento da tenere.

## Trasparenza della contabilità

La completezza e la chiarezza dei dati contabili, delle relazioni e dei bilanci rappresentano un valore fondamentale nei rapporti con i soci, con i terzi e con gli organi di vigilanza.

Affinché tale valore possa essere rispettato è in primo luogo necessario che l'informazione di base e le registrazioni contabili delle transazioni siano complete, veritiere, accurate e verificabili. Pertanto ciascun collaboratore è tenuto ad attivarsi affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità conservando, per ogni operazione, un'adeguata documentazione di supporto dell'attività svolta.

## La comunicazione aziendale

Onde evitare la diffusione di notizie e informazioni erranee ovvero il determinarsi di situazioni comportanti responsabilità di qualsiasi natura e contenuto per la Società, la comunicazione all'esterno della Società deve essere chiara, precisa e veritiera volta a favorire la conoscenza ed il consenso alle politiche aziendali ed ai programmi e progetti della Società.

Particolare attenzione deve essere posta sulla comunicazione all'esterno di documenti, notizie ed informazioni inerenti i fatti che accadono nella sfera di attività diretta di Promomedia, non di dominio pubblico.

La comunicazione di informazioni al pubblico, in particolare, deve essere gestita dalle strutture organizzative espressamente preposte (normalmente l'unità organizzativa Relazioni Esterne e Stampa).

I rapporti con i mass media devono essere improntati al rispetto delle stesse regole già delineate per i rapporti con le istituzioni pubbliche. In ogni caso, i rapporti con la stampa e con i mezzi di comunicazione di massa devono essere improntati alla tutela dell'immagine della Società.

## Informazioni riservate

Le informazioni ed i documenti riservati, i dati personali dei collaboratori e dei fornitori, i progetti di lavoro, il knowhow ed i processi tecnologici vanno custoditi e protetti in maniera adeguata e continua sia rispetto ai terzi sia rispetto ai colleghi che agli stessi non sono direttamente interessati. I soggetti che, per ragioni di lavoro, vi hanno accesso devono, comunque, trattarli secondo le istruzioni e le procedure fissate dal datore di lavoro.



In ogni momento e, in particolare, in occasione della stipula e dell'esecuzione di contratti, il dovere di riservatezza deve essere rigorosamente osservato sia nei rapporti con terzi, sia nei rapporti con la stampa, sia nei rapporti con soggetti non abilitati alla comunicazione. I dipendenti e i collaboratori della Società si impegnano alla tutela della privacy, sia con riferimento a dati che attengono ad altri dipendenti della Società medesima, sia con riferimento a dati relativi ai clienti, ai fornitori, ai consulenti, a qualsiasi altro contraente e a tutti i soggetti che abbiano con essi rapporti aziendali, nel rispetto della legislazione vigente.

Ai collaboratori di Promomedia che ne fossero in possesso, è vietato utilizzare o comunicare ad altri, senza giustificato motivo, informazioni privilegiate riguardanti strumenti finanziari, quotati in Italia o all'estero.

### **Rapporti con organizzazioni politiche, sindacali e assistenziali**

Qualsiasi forma di ogni contributo, diretto o indiretto, a partiti, movimenti, comitati ed organizzazioni politiche e sindacali, a loro rappresentanti e candidati, è vietato, tranne quelli dovuti in base a specifiche disposizioni di legge e nel rispetto delle forme, dei modi e dei contenuti in esse previsti, previa approvazione da parte dell'amministratore della Società.

### **Rapporti con clienti e fornitori**

La selezione dei fornitori e gli acquisti di beni e servizi devono avvenire nel rispetto dei principi del presente Codice e delle procedure interne, utilizzando la forma scritta e nel rispetto della struttura organizzativa. In ogni caso, la selezione deve avvenire esclusivamente sulla base di parametri obiettivi di qualità, convenienza, capacità, efficienza. Nei rapporti di affari con clienti e fornitori sono vietate dazioni, benefici, prestazioni di ogni altro genere, sia dirette sia indirette, omaggi, atti di cortesia e di ospitalità, salvo che siano di natura e valore tali da non compromettere l'immagine della Società e da non poter essere interpretati come finalizzati ad ottenere un trattamento di favore che non sia determinato dalle regole di mercato.

### **Protezione del patrimonio della società**

Ogni collaboratore ha la responsabilità della conservazione e della protezione dei beni e degli strumenti che gli sono personalmente affidati per il lavoro e deve contribuire a garantire la salvaguardia dell'intero patrimonio aziendale. A tal fine egli deve prestare il massimo rispetto alle procedure operative e di sicurezza stabilite dalla Società.

In ogni caso, i documenti afferenti l'attività della Società, gli strumenti di lavoro ed ogni altro bene, fisico o immateriale, di proprietà della stessa devono essere utilizzati esclusivamente per la realizzazione dei fini istituzionali della Società e con le modalità da essa fissate. Non possono essere usati dal collaboratore per scopi personali né essere da lui trasferiti o messi a disposizione, anche temporanea, di terzi. Fanno eccezione eventuali "fringe benefits" (ad esempio l'auto aziendale in uso promiscuo) di cui la funzione del Personale della Società abbia autorizzato l'uso anche a scopo personale, nel rispetto delle normative in vigore.

## 5. PRINCIPI NORMATIVI DEL D.LGS. 231/2001

### Premessa

L'introduzione della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche rappresenta una delle più significative riforme che, in attuazione degli impegni assunti a livello comunitario ed internazionale, hanno recentemente interessato l'ordinamento italiano. Il Decreto Legislativo del 8/6/2001 n. 231, in attuazione della delega conferita con la legge 29/9/2000 n. 300, infatti, si inserisce nell'ambito dell'ampio movimento di lotta alla corruzione internazionale che ha imposto agli stati aderenti, e pertanto anche all'Italia, l'assunzione di omogenei mezzi di repressione e prevenzione della criminalità che coinvolge il settore economico.

La responsabilità delle persone giuridiche (cd. enti) introdotta nell'ordinamento italiano si presenta per vari aspetti di natura spiccatamente penale, nonostante la stessa sia stata espressamente definita "amministrativa" dalla legge delega prima e dal D. Lgs. 231/01 poi.

Si è in presenza di una responsabilità di natura ibrida: coesistono le caratteristiche peculiari della responsabilità penale e di quella amministrativa e si adotta il sistema processuale penale ai fini del suo accertamento e della conseguente irrogazione della sanzione.

Le condizioni essenziali perché sia configurabile la responsabilità dell'ente sono tre: sia stato commesso un reato a cui la legge collega la responsabilità dell'ente; il reato sia stato commesso nell'interesse o a vantaggio dell'ente stesso; l'autore del reato sia soggetto in posizione c.d. "apicale", ex art. 5, lett. a) ovvero sia un c.d. "sottoposto", ex art. 5, lett. b). La responsabilità dell'ente, pertanto, discende dalla commissione, da parte di soggetti ad esso appartenenti, di reati tassativamente indicati dal decreto ovvero da altra legge che sia entrata in vigore prima del fatto commesso.

Promomedia richiede ai propri collaboratori di rispettare le disposizioni normative in vigore nello Stato in cui si svolge l'attività, in particolare, le disposizioni contenute nel D.Lgs. 231/2001.

### **Reati nei rapporti con la pubblica amministrazione**

La Società si attende che i propri collaboratori, nello svolgimento delle proprie mansioni, non pongano in essere comportamenti illeciti costituenti reati nei rapporti con la Pubblica Amministrazione. richiamati agli artt. 24 e 25 del D.Lgs. 231/2001, e precisamente: – Art.

- 316 – bisc.p.: Malversazione a danno dello Stato;
- Art. 316 – terc.p.: Indebita percezione di erogazioni a danno dello Stato;
- Art. 317 c.p.: Concussione;
- Art. 318 c.p.: Corruzione per un atto d'ufficio;
- Art. 319 c.p.: Corruzione per un atto contrario ai doveri d'ufficio;
- Art. 319 – terc.p.: Corruzione in atti giudiziari;
- Art. 322 c.p.: Istigazione alla corruzione;
- Art. 640, co. 2 n. 1 c.p.: Truffa in danno dello Stato o di altro Ente Pubblico;
- Art. 640 – bis c.p.: Truffa aggravata per il conseguimento di erogazioni pubbliche;
- Art. 640 – terc.p.: Frode informatica in danno dello Stato o di altro Ente Pubblico.

### **Reati societari**

La Società si attende che i propri collaboratori, nello svolgimento delle proprie mansioni, non pongano in essere comportamenti illeciti costituenti reati in materia societaria previsti dal codice civile, richiamati dall'art. 25 ter del D.Lgs. 231/2001, e precisamente:

- Art. 2621 c.c.: False comunicazioni sociali;
- Art. 2622 c.c.: False comunicazioni sociali in danno dei soci e creditori;
- Art. 2623 c.c.: Falso in prospetto;
- Art. 2624 c.c.: Falsità nelle relazioni o nelle comunicazioni delle società di

revisione;

- Art. 2625 c.c.: Impedito controllo;
- Art. 2632 c.c.: Formazione fittizia del capitale;
- Art. 2626 c.c.: Indebita restituzione dei conferimenti;
- Art. 2627 c.c.: Illegale ripartizione degli utili e delle riserve;
- Art. 2628 c.c.: Illecite operazioni sulle azioni o quote sociali o della società controllante;
- Art. 2629 c.c.: Operazioni in pregiudizio dei creditori;
- Art. 2629 bis c.c.: Omessa comunicazione del conflitto di interessi;
- Art. 2633 c.c.: Indebita ripartizione dei beni sociali da parte dei liquidatori;
- Art. 2636 c.c.: Illecita influenza sull'assemblea;
- Art. 2637 c.c.: Aggiotaggio;
- Art. 2638 c.c.: Ostacolo all'esercizio delle funzioni delle autorità pubbliche di vigilanza.

### **Delitti con finalità di terrorismo ed eversione dell'ordine democratico**

La Società si attende che i propri collaboratori, nello svolgimento delle proprie mansioni, non pongano in essere atti o comportamenti che possano agevolare la commissione dei reati di cui all'art. 25 quater D.Lgs 231/2001 introdotti dalla Convenzione di New York del 9/12/1999 per la repressione del finanziamento al terrorismo nazionale e internazionale.

## Delitti contro la personalità individuale

La Società si attende che i propri collaboratori, nello svolgimento delle proprie mansioni, non pongano in essere comportamenti illeciti costituenti i reati contro la personalità individuale previsti dal codice penale e dall'art. 25 quinquies del D. Lgs. 231/2001, come introdotti dalla legge 228/03 recante misure contro la tratta di persone e la pedopornografia, e precisamente:

- Art. 600 c.p.: Riduzione o mantenimento in schiavitù o in servitù;
- Art. 600 – bisp.c.p.: Prostituzione minorile;
- Art. 600 – terc.p.: Pornografia minorile;
- Art. 600 – quaterc.p.: Detenzione di materiale pornografico;
- Art. 600 – quater I c.p.: Pornografia virtuale
- Art. 600 – quinquies c.p.: Iniziative turistiche volte allo sfruttamento della prostituzione minorile;
- Art. 601 c.p.: Tratta di persone;
- Art. 602 c.p.: Acquisto e alienazione di schiavi.

## Reati finanziari

La Società si attende che i propri collaboratori, nello svolgimento delle proprie mansioni, non pongano in essere atti o comportamenti che possano agevolare la commissione dei reati di cui all'art. 25 sexies del D.Lgs 231/2001 come introdotti dalla legge 62/2005, c.d. legge comunitaria 2004. Si tratta, in particolare, dei reati di abuso di informazioni privilegiate (art. 184 D.Lgs. 58/1998) e di manipolazione del mercato (art. 185 D.Lgs. 58/1998).

## 6. ATTUAZIONE E GARANZIE

L'impegno della Società è focalizzato al raggiungimento dei più elevati standard di bestpractices relativamente alle sue responsabilità di business, etiche e sociali, nei confronti di tutti i suoi stakeholder. Il Codice definisce le aspettative della Società nei confronti dei suoi collaboratori e la responsabilità di cui questi devono farsi carico per trasformare tali politiche in realtà.

Il management della Società responsabilmente cura che queste politiche ed aspettative siano comprese e messe in pratica dai collaboratori. Il management è ritenuto responsabile nei confronti dei competenti organi di controllo interno e deve infine fornire garanzia che gli impegni espressi nel Codice vengano attuati.

Eventuali provvedimenti sanzionatori per violazioni al Codice saranno adottati in coerenza con le leggi vigenti ed i relativi contratti di lavoro nazionali, e saranno commisurati alla particolare violazione del Codice.

I provvedimenti potranno comprendere anche la cessazione del rapporto fiduciario tra la Società ed il collaboratore, con le conseguenze contrattuali e di legge rispetto al rapporto di lavoro previste dalle norme vigenti.

All'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/2001 sono assegnati i seguenti compiti per l'attuazione delle disposizioni contenute nel Codice Etico: prendere decisioni in materia di violazioni del Codice di significativa

rilevanza; esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice Etico; provvedere alla revisione periodica del Codice Etico.

L'Organismo di vigilanza opera con imparzialità, autorità, continuità, professionalità, autonomia e suggerisce eventuali aggiornamenti del Codice anche sulla base delle segnalazioni ricevute dagli stakeholder. L'Organismo di vigilanza opera inoltre con ampia discrezionalità e con il completo appoggio dei vertici della Società, con i quali collabora in assoluta indipendenza.

## 7. SEGNALAZIONI IN CASO DI VIOLAZIONI DELLE DISPOSIZIONI DEL CODICE ETICO

Allo scopo di garantire l'effettività del Codice di Condotta, la Società predispone canali di informazione tramite i quali tutti coloro che vengano a conoscenza di eventuali comportamenti illeciti posti in essere all'interno della Società possano riferire, liberamente, direttamente ed in maniera riservata, all'Organismo di Vigilanza.

È obbligo di ciascun dipendente e collaboratore segnalare, senza ritardo, ogni comportamento non conforme, anche di terzi, ai principi del Codice. È garantita la riservatezza circa l'identità del segnalante, salve le esigenze connesse all'espletamento dei doveri dell'Organismo, nonché l'immunità del segnalante da ritorsioni, illeciti condizionamenti, disagi e discriminazioni di qualunque tipo in ambito lavorativo, per aver segnalato la violazione dei contenuti del Codice di Condotta.

Se un collaboratore desidera presentare ricorso relativamente ad una violazione (o presunta violazione) del Codice, lo stesso deve prendere contatto con il suo diretto superiore.

Qualora la vertenza rimanga irrisolta, o il collaboratore si senta a disagio nel rivolgersi al suo diretto superiore per la presentazione del ricorso, lo stesso riferirà all'Organismo di Vigilanza.

Se una parte terza desidera presentare ricorso relativamente ad una violazione (o presunta violazione) del Codice, deve prendere contatto con l'Organismo di Vigilanza.

## 8. SISTEMA SANZIONATORIO

### Nei confronti di dipendenti

Il mancato rispetto e/o la violazione delle regole di comportamento indicate nel Codice ad opera di lavoratori dipendenti della Società costituisce inadempimento alle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro e dà luogo all'applicazione delle sanzioni disciplinari.

Le sanzioni irrogabili saranno applicate nel rispetto di quanto previsto dalla Legge e dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro applicato.

Tali sanzioni saranno erogate in base al rilievo che assumono le singole fattispecie considerate e verranno proporzionate alla loro gravità.

L'accertamento delle suddette infrazioni, la gestione dei procedimenti disciplinari e l'irrogazione delle sanzioni restano di competenza delle funzioni aziendali a ciò preposte e delegate.

Il presente Codice sarà esposto in luogo pubblico accessibile a tutti i dipendenti della Società come previsto dalla L. 300/70 (Statuto dei Lavoratori).

### **Nei confronti di dirigenti**

In caso di violazione, da parte di dirigenti, delle regole di comportamento indicate nel Codice di Condotta, la Società valuterà i fatti e i comportamenti e assumerà le opportune iniziative nei confronti dei responsabili ai sensi delle disposizioni di legge e di Contratto Collettivo Nazionale applicabile, tenuto presente che tali violazioni costituiscono inadempimento delle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro.

### **Nei confronti di collaboratori, consulenti e altri terzi**

Ogni comportamento posto in essere dai collaboratori, dai consulenti o da altri terzi collegati ad Promomedia da un rapporto contrattuale non di lavoro dipendente in violazione delle previsioni del Codice di Condotta, potrà determinare, nelle ipotesi di maggiore gravità, anche la risoluzione del rapporto contrattuale, fatta salva l'eventuale richiesta di risarcimento qualora da tale comportamento derivino danni alla Società e ciò anche indipendentemente dalla risoluzione del rapporto contrattuale.