



NUMERICA PUBBLICITÀ S.R.L.

CODICE ETICO

APPROVATO DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE: FEBBRAIO 2007

DOCUMENTO AGGIORNATO A: MARZO 2009

INDICE

1	<i>Premesse</i> _____	4
2	<i>Obiettivo</i> _____	6
3	<i>Struttura del Codice Etico e Ambito di Applicazione</i> _____	6
4	<i>I Principi Etici Generali</i> _____	8
	Legalità _____	8
	Correttezza _____	8
	Trasparenza _____	8
	Riservatezza _____	9
	Rispetto della dignità della persona _____	9
5	<i>Principi Etici nell'ambito della Corporate Governance</i> _____	10
	Organi Sociali _____	10
	Relazioni con i soci _____	11
	Trasparenza della contabilità aziendale _____	12
	Controllo Interno _____	12
6	<i>I Principi Etici nelle relazioni con il personale</i> _____	14
	Selezione e Reclutamento del personale _____	14
	Formalizzazione del rapporto di lavoro _____	14
	Gestione e valutazione del personale _____	14
	Sicurezza, salvaguardia, della salute e delle condizioni di lavoro _____	14
	Crescita professionale _____	15
7	<i>I Principi Etici nei confronti di terzi</i> _____	16
	Criteri di condotta nei confronti dei clienti finali _____	16
	Criteri di condotta nei confronti dei fornitori _____	17
	Criteri di condotta nei confronti degli Intermediari e condotta di questi ultimi _____	18
	7.4 Criteri di condotta nei confronti della Pubblica Amministrazione e delle Istituzioni Pubbliche _____	20
	7.5 Criteri di condotta nei confronti di partiti politici e organizzazioni sindacali _____	21
	7.6 Criteri di condotta nei confronti di partner di iniziative e progetti e Associazioni di rappresentanza _____	21
8	<i>Il rispetto dei principi etici e il Sistema Sanzionatorio e Disciplinare</i> _____	22
	Organi Sociali e componenti dell'Organismo di Vigilanza _____	22
	Personale Dipendente _____	22
	Terzi Soggetti _____	23

1 PREMESSE

Il Gruppo Editoriale Bresciana è leader nel campo dell'informazione e della comunicazione a Brescia e provincia e si pone, per dimensioni, articolazione e risultati, fra le maggiori realtà nazionali del settore.

L'Editoriale Bresciana S.p.A. nasce nel dopoguerra come società editrice del "Giornale di Brescia", primo organo di stampa del Comitato di Liberazione Nazionale; da allora il quotidiano persegue gli intenti iniziali ("difendere i valori di libertà e democrazia, favorire il progresso civile, culturale ed economico, ispirandosi ai valori cristiani della comunità bresciana"), affermandosi sempre di più come punto di riferimento nella vita della città e della provincia.

Tra gli anni '70 e gli anni '90 il Gruppo Editoriale Bresciana amplia costantemente la sfera delle proprie attività, diventando un'editrice multimediale a tutto tondo: dapprima la radio (Radio Classica Bresciana e Radio Brescia 7) e le televisioni (Teletutto e Brescia Telenord) fino ad arrivare al mondo della pubblicità (Numerica Pubblicità e OPQ) e di internet (Brescia On Line).

Col nuovo millennio il Gruppo avvia un nuovo centro stampa a Erbusco (BS) mediante la società collegata CSQ S.p.A. (2000) e si struttura in maniera più confacente mediante tre società di servizi per l'intero gruppo (EB Servizi nel 2001, EB Progetti nel 2002 ed EBIT nel 2006)) che diventano nel 2008 un'unica società: Editoriale Bresciana Servizi.

Il Gruppo Editoriale Bresciana intende proseguire e sviluppare in una

prospettiva di qualità il proprio dialogo culturale con e dalle terre bresciane.

Il Gruppo Editoriale Bresciana - intendendosi per tale la società controllante Editoriale Bresciana S.p.A. (in seguito, la "Società") e le società da essa controllate - nell'ambito delle sue attività e nella conduzione dei suoi affari assume, come principi ispiratori, il rispetto della legge e delle normative dei Paesi in cui opera, nonché dei regolamenti interni, in un quadro di legalità, correttezza, trasparenza, riservatezza e rispetto della dignità della persona.

La Società Numerica Pubblicità S.r.l. fa parte del Gruppo Editoriale Bresciana e, come tutte le società del gruppo, si propone di conciliare la ricerca della competitività sul mercato con il rispetto delle normative sulla concorrenza e di promuovere, in un'ottica di responsabilità sociale e di tutela ambientale, il corretto e responsabile utilizzo delle risorse.

Gli obiettivi di crescita della produzione e della quota di mercato, nonché di rafforzamento della capacità di creare valore sono perseguiti assicurando alle strutture e ai processi standard adeguati di sicurezza decisionale ed operativa propedeutici allo sviluppo di nuovi business, all'efficienza dei meccanismi di selezione e gestione degli affari, alla qualità dei sistemi di gestione e misurazione dei rischi.

I principi etici che saranno enunciati nel presente Codice Etico sono rilevanti anche ai fini della prevenzione dei reati ex D. Lgs. 231/2001 e costituiscono un elemento essenziale del sistema di controllo preventivo.

2 OBIETTIVO

Il presente Codice Etico è stato elaborato per assicurare che i valori etici della Società siano chiaramente definiti e costituiscano l'elemento base della cultura aziendale, nonché lo standard di comportamento degli organi sociali e dei loro componenti, di tutti i dipendenti senza alcuna eccezione e di tutti coloro che direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaurano rapporti o relazioni con Numerica Pubblicità S.r.l. ai fini della conduzione delle attività e degli affari aziendali (in seguito, "destinatari").

3 STRUTTURA DEL CODICE ETICO E AMBITO DI APPLICAZIONE

Il Codice Etico si compone delle seguenti parti:

- i Principi Etici generali;
- i Principi Etici nell'ambito della Corporate Governance;
- i Principi Etici nelle relazioni con il Personale;
- i Principi Etici nei confronti di terzi;
- il rispetto dei principi etici e il sistema sanzionatorio e disciplinare.

Il presente Codice Etico contiene l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità della Società nei confronti dei "*portatori d'interesse*" (dipendenti, fornitori, clienti, partner, Pubblica Amministrazione, ecc.).

All'osservanza del Codice Etico sono tenuti i seguenti Destinatari:

- i rappresentanti degli organi sociali e i manager, i quali devono conformare tutte le decisioni e le azioni al rispetto del Codice Etico,

diffonderne la conoscenza e favorirne la condivisione da parte di dipendenti e terzi soggetti che operano per conto della Società; i manager devono inoltre costituire, attraverso il proprio comportamento, un modello di riferimento per il personale;

- i dipendenti, i quali sono tenuti ad agire nel rispetto del Codice Etico e a segnalare all'Organismo di Vigilanza eventuali infrazioni;
- gli intermediari e i fornitori di beni e servizi (ivi compresi i consulenti e i professionisti), i quali devono essere opportunamente informati delle regole di condotta contenute nel Codice Etico e uniformarvi i propri comportamenti per tutta la durata del rapporto contrattuale con la Società.

4 I PRINCIPI ETICI GENERALI

Legalità

I Destinatari sono tenuti al rispetto delle leggi e, in generale, delle normative vigenti nei Paesi in cui operano. I Destinatari sono inoltre tenuti al rispetto dei regolamenti e delle procedure aziendali, in quanto attuazione di obblighi normativi.

Correttezza

I Destinatari sono tenuti al rispetto delle regole deontologiche, peritali e professionali applicabili alle operazioni compiute per conto della Società. I Destinatari sono inoltre tenuti al rispetto dei regolamenti e delle procedure aziendali, in quanto attuazione di obblighi deontologici, peritali o professionali.

Trasparenza

I Destinatari sono tenuti a rispettare la trasparenza, intesa come chiarezza, completezza e pertinenza delle informazioni, evitando situazioni ingannevoli nelle operazioni compiute per conto della Società. I Destinatari sono tenuti al rispetto dei regolamenti e delle procedure aziendali, in quanto attuazione del principio di trasparenza.

Riservatezza

I Destinatari assicurano la riservatezza delle informazioni conosciute in occasione delle operazioni compiute per conto della Società.

I Destinatari sono tenuti a trattare dati e informazioni aziendali esclusivamente nell'ambito e per i fini delle proprie attività lavorative e, comunque, a non divulgare (comunicare, diffondere o pubblicare in alcun modo) informazioni sensibili senza l'esplicito consenso degli interessati e informazioni riservate senza l'autorizzazione della Società.

Rispetto della dignità della persona

I Destinatari rispettano i diritti fondamentali delle persone tutelandone l'integrità morale e garantendo eguali opportunità, in quanto nelle relazioni interne ed esterne non sono ammessi comportamenti che abbiano un contenuto discriminatorio basato su opinioni politiche e sindacali, religione, origini razziali o etniche, nazionalità, età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute e in genere qualsiasi caratteristica intima della persona umana.

5 PRINCIPI ETICI NELL'AMBITO DELLA CORPORATE GOVERNANCE

Organi Sociali

Le nomine dei componenti degli Organi Sociali avvengono mediante procedure trasparenti.

Gli Organi Sociali agiscono e deliberano con cognizione di causa e in autonomia, perseguendo l'obiettivo della creazione di valore per la Società nel rispetto dei principi di legalità e correttezza.

Le decisioni dei componenti degli Organi Sociali devono essere autonome, ovvero basarsi sul libero apprezzamento e perseguire l'interesse della Società.

L'indipendenza del giudizio è un requisito delle decisioni degli Organi Sociali e, pertanto, i componenti devono garantire la massima trasparenza nella gestione delle operazioni in cui abbiano interessi particolari. In tali circostanze dovranno rispettarsi le norme di legge e i regolamenti e le procedure aziendali in materia.

In particolare, i Consiglieri di Amministrazione sono tenuti individualmente a svolgere il proprio incarico con serietà, professionalità e presenza, permettendo così alla Società di trarre beneficio dalle loro competenze.

Relazioni con i soci

La Società promuove la trasparenza e l'informazione nei confronti dei soci, nel rispetto delle leggi e delle norme vigenti.

Gli interessi di tutti i soci vengono promossi e tutelati rifiutando qualunque interesse particolare o di parte.

La Società promuove una consapevole ed informata partecipazione dei soci alle decisioni societarie.

La Società favorisce:

- la regolare partecipazione dei Consiglieri di Amministrazione alle assemblee;
- il regolare funzionamento delle assemblee nel rispetto del diritto di ciascun socio di ottenere precisazioni, esprimere la propria opinione e formulare proposte.

La Società promuove la massima riservatezza delle informazioni inerenti operazioni straordinarie. I Destinatari coinvolti dovranno mantenere riservate tali informazioni e non abusarne.

Trasparenza della contabilità aziendale

La Società promuove la massima trasparenza, affidabilità ed integrità delle informazioni inerenti la contabilità aziendale.

Il presente Codice Etico prevede che ogni operazione e transazione sia correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

Tutte le azioni ed operazioni della Società prevedono una registrazione adeguata e la possibilità di verifica del processo di decisione, autorizzazione e di svolgimento.

Per ogni operazione è richiesto un adeguato supporto documentale al fine di poter procedere, in ogni momento, all'effettuazione di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuino chi ha autorizzato, effettuato, registrato, verificato l'operazione stessa.

I Destinatari che venissero a conoscenza di omissioni, falsificazioni o negligenze sono tenuti a riferire i fatti all'Organismo di Vigilanza.

Controllo Interno

I Destinatari, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione, dell'attuazione e del corretto funzionamento dei controlli inerenti le aree operative o le attività loro affidate.

Il sistema dei controlli interni della Società contribuisce al miglioramento

dell'efficienza ed efficacia dei processi aziendali, nonché al contenimento dei rischi delle operazioni aziendali.

6 I PRINCIPI ETICI NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE

Selezione e Reclutamento del personale

I Destinatari promuovono il rispetto dei principi di eguaglianza e di pari opportunità nelle attività di selezione e reclutamento del personale, rifiutando qualunque forma di favoritismo, nepotismo o clientelismo.

Formalizzazione del rapporto di lavoro

I rapporti di lavoro sono formalizzati con regolare contratto, rifiutando qualunque forma di lavoro irregolare.

I Destinatari favoriscono la massima collaborazione e trasparenza nei confronti del neoassunto, affinché quest'ultimo abbia chiara consapevolezza dell'incarico attribuitogli.

Gestione e valutazione del personale

La Società rifiuta qualunque forma di discriminazione nei confronti dei propri collaboratori, favorendo processi decisionali e valutativi basati su criteri oggettivi comunemente condivisi.

Sicurezza, salvaguardia, della salute e delle condizioni di lavoro

La Società favorisce condizioni di lavoro che tutelino l'integrità psico-fisica

delle persone, mettendo a disposizione luoghi di lavoro conformi alle vigenti normative in materia di salute e sicurezza.

Crescita professionale

La Società promuove la crescita professionale dei collaboratori mediante opportuni strumenti e piani formativi.

7 I PRINCIPI ETICI NEI CONFRONTI DI TERZI

Criteria di condotta nei confronti dei clienti finali

I Destinatari promuovono la massima imparzialità e rifiutano qualunque forma di discriminazione nei rapporti con la clientela.

I Destinatari forniscono alla clientela messaggi, comunicazioni e contratti trasparenti, evitando formule difficilmente comprensibili e iniziative commerciali illecite o scorrette.

I Destinatari favoriscono la massima cortesia e disponibilità nella gestione dei rapporti con la clientela finale.

I Destinatari promuovono il miglioramento continuo della qualità dei servizi offerti alla clientela finale.

Criteria di condotta nei confronti dei fornitori

I processi di selezione e scelta dei fornitori sono improntati su principi di legalità, correttezza e trasparenza.

La scelta del fornitore si basa su criteri oggettivi ed imparziali in termini di qualità, livello innovativo, costo, servizi aggiuntivi rispetto ai servizi/prodotti offerti.

I Destinatari non possono accettare omaggi, regali e simili, se non direttamente riconducibili a normali relazioni di cortesia e di modico valore.

La violazione dei principi di legalità, correttezza, trasparenza, riservatezza e rispetto della dignità della persona sono giusta causa di risoluzione dei rapporti con i fornitori.

Qualora i Destinatari ricevano da un fornitore proposte di benefici per favorirne l'attività, devono immediatamente sospendere il rapporto e segnalare il fatto all'Organismo di Vigilanza.

Criteria di condotta nei confronti degli Intermediari e condotta di questi ultimi

I processi di selezione e scelta degli intermediari sono improntati su principi di legalità, correttezza e trasparenza.

Gli intermediari sono destinatari di messaggi, comunicazioni e contratti trasparenti, che evitino formule difficilmente comprensibili o il favorire pratiche commerciali scorrette.

I contratti con gli intermediari devono prevedere, per quanto possibile, l'obbligo di rispettare il Codice Etico e le Procedure applicabili alle eventuali attività a rischio di reato cui gli intermediari stessi sono preposti per conto della Società, nonché clausole di risoluzione e risarcimento danni in caso di violazione di tali regole di condotta.

Gli intermediari, in qualità di Destinatari, rispettano il Codice Etico e le Procedure loro applicabili.

La violazione dei principi di legalità, correttezza, trasparenza, riservatezza e rispetto della dignità della persona sono giusta causa di risoluzione dei rapporti con gli intermediari.

Qualora gli altri Destinatari ricevano da un intermediario proposte di benefici per favorirne l'attività, devono immediatamente sospenderne il rapporto e segnalare il fatto all'Organismo di Vigilanza.

Non è ammessa alcuna forma di donazione ovvero qualunque tipo di beneficio

o utilità a favore degli intermediari che possa, anche solo potenzialmente, essere intesa come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia.

È in ogni caso vietata agli intermediari qualunque forma di donazione, beneficio, utilità o promessa di tali vantaggi, rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile alla Società.

È in particolare vietata agli intermediari qualsiasi forma di regalo ovvero qualunque tipo di beneficio o utilità o promessa a revisori, a membri di organi rappresentativi di enti o a loro familiari, con lo scopo di influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

I Destinatari che venissero a conoscenza di violazioni, omissioni, falsificazioni o negligenze da parte di intermediari, o di uno dei loro collaboratori, nell'ambito dello svolgimento del rapporto di affari, sono tenuti a segnalare i fatti all'Organismo di Vigilanza.

7.4 Criteri di condotta nei confronti della Pubblica Amministrazione e delle Istituzioni Pubbliche

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione e le Pubbliche Istituzioni, i Destinatari promuovono rapporti leciti e corretti nell'ambito della massima trasparenza e rifiutano qualunque forma di promessa od offerta di pagamenti o di beni per promuovere o favorire qualsiasi interesse o vantaggio.

Non è consentito ai Destinatari offrire denaro o doni a dirigenti, funzionari o dipendenti della Pubblica Amministrazione e delle Pubbliche Istituzioni, o a loro parenti, salvo che si tratti di doni o utilità d'uso di modico valore.

Quando è in corso una qualsiasi trattativa d'affari, richiesta o rapporto con la Pubblica Amministrazione e le Pubbliche Istituzioni, i Destinatari non devono cercare di influenzare impropriamente le decisioni della controparte, comprese quelle dei funzionari che trattano o prendono decisioni, per conto della Pubblica Amministrazione e delle Pubbliche Istituzioni.

Nel caso specifico dell'effettuazione di una gara, si dovrà operare nel rispetto delle leggi vigenti e della corretta pratica commerciale.

Qualora i Destinatari ricevano richieste o proposte di benefici da pubblici funzionari devono immediatamente sospendere il rapporto e segnalare il fatto all'Organismo di Vigilanza.

7.5 Criteri di condotta nei confronti di partiti politici e organizzazioni sindacali

La Società, pur potendo aderire alle più opportune organizzazioni datoriali in materia, è in sè estranea a qualunque partito politico ed organizzazione sindacale.

In tal senso, la Società non sovvenziona finanziariamente in alcun modo tali forme organizzative o associative e non sostiene eventi, manifestazioni, congressi con finalità di propaganda politica o sindacale.

7.6 Criteri di condotta nei confronti di partner di iniziative e progetti e Associazioni di rappresentanza

I destinatari che intrattengono a qualsiasi titolo rapporti con collaboratori esterni, partner di iniziative e Associazioni di rappresentanza, operano osservando le indicazioni contenute nel “Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex. D. Lgs. 231/2001” adottato dalla Società.

La partecipazione, in nome o per conto della Società, ad eventi, a comitati e associazioni, siano esse scientifiche, culturali o di categoria, viene regolarmente autorizzata, nel rispetto delle procedure e del presente Codice Etico.

8 IL RISPETTO DEI PRINCIPI ETICI E IL SISTEMA SANZIONATORIO E DISCIPLINARE

Organi Sociali e componenti dell'Organismo di Vigilanza

L'osservanza del Codice Etico da parte dei componenti degli Organi Sociali e dell'Organismo di Vigilanza integra ed esplicita gli obblighi di diligenza nell'esecuzione dell'incarico assunto.

La violazione delle norme del Codice Etico e, in particolare, delle Procedure operative del Modello di organizzazione, gestione e controllo di cui al D. lgs. 231/2001 adottato dalla Società, costituiscono quindi un inadempimento alle obbligazioni derivanti dal rapporto di rappresentanza organica, con la conseguente applicazione delle sanzioni previste dalla legge e/o dal sistema sanzionatorio e disciplinare appositamente approvato.

Personale Dipendente

L'osservanza del Codice Etico da parte del personale dipendente integra ed esplicita gli obblighi di fedeltà, lealtà e correttezza nell'esecuzione del contratto di lavoro secondo buona fede ed è pretesa dalla Società anche ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 2104 del Codice Civile.

In caso di violazione delle norme del Codice Etico e, in particolare, delle Procedure operative del Modello di organizzazione, gestione e controllo di cui al D. lgs. 231/2001 adottato dalla Società, si applicheranno le sanzioni previste dal sistema sanzionatorio e disciplinare appositamente approvato.

Terzi Soggetti

L'osservanza del Codice Etico e delle Procedure operative del Modello di organizzazione, gestione e controllo di cui al D. lgs. 231/2001 adottato dalla Società da parte dei fornitori e degli intermediari Destinatari integra gli obblighi di adempiere ai doveri di diligenza e buona fede nelle trattative e nell'esecuzione dei contratti in essere con la Società.

La violazione delle norme del Codice Etico e delle Procedure richiamati dal contratto può costituire a seconda della gravità giusta causa di revoca o risoluzione dei contratti con ogni conseguenza di legge, incluso il risarcimento del danno.