

**RCS MEDIAGROUP**  
**CÓDIGO ÉTICO DEL GRUPO RCS**

**Aprobado por el Consejo de Dirección de RCS MediaGroup S.p.A. en la reunión del 31 de julio de 2003**

**CÓDIGO ÉTICO**

**Propósitos y destinatarios previstos**

El Código Ético del Grupo RCS, entendido como el *holding* RCS MediaGroup S.p.A. y las empresas directa o indirectamente controladas por él, tiene como objetivo la orientación y la guía de conducta de todos sus integrantes, personal, colaboradores y todas aquellas empresas asociadas, en Italia y en otros países, con ánimo de promover, mediante la autorregulación y los métodos y procedimientos de gobierno corporativo, la creación y maximización de los valores, en beneficio de los accionistas, de aquellos que colaboren en las operaciones del negocio y de la comunidad a la que los productos RCS están dirigidos, introduciendo valores éticos en la gestión empresarial.

Como empresa que gestiona medios de comunicación, el Grupo RCS lleva a cabo sus actividades profesionales en el respeto de los principios de la libertad y el pluralismo, haciendo valer la preeminencia y la importancia del derecho del público a una información apropiada y completa.

El respeto por las reglas de la ética en la actividad empresarial y el prestigio resultante para la empresa y sus colaboradores constituyen una condición necesaria y una ventaja competitiva para alcanzar el éxito de la misión del Grupo RCS, así como la consecución de los objetivos establecidos.

Este Código Ético es de obligado cumplimiento para todos los destinatarios previstos, en cualquiera de los niveles organizativos.

Con respecto a las partes externas al Grupo, será el deber y la obligación de la compañía miembro interesada obtener de la tercera parte el compromiso de respetar el Código Ético.

**Contenidos:**

El Código Ético comporta:

- Los valores guía que caracterizan a la cultura empresarial del Grupo RCS y que constituyen su identidad en el mundo contemporáneo.
- Las relaciones con las instituciones estatales, incluidas las instituciones de inspección y las de dirección.
- Las relaciones con el mercado, tanto con el consumidor como con las empresas competidoras.
- Las relaciones con clientes y proveedores.
- Las relaciones con los empleados y las relaciones entre los empleados.

**Valores guía**

Los valores guía están establecidos con el propósito de alcanzar los objetivos descritos a continuación:

- o Generación de beneficios para los Accionistas  
La creación de beneficios para los Accionistas es el objetivo primordial hacia el que las estrategias industriales y financieras, y sus consiguientes acciones, están enfocadas. Éstas se inspiran en la eficiencia y en la

utilización de recursos, con el ánimo de lograr que el Grupo RCS adquiriera cada vez más solidez, capacidad de crecimiento y desarrollo independiente.

Este objetivo se pretende alcanzar, dependiendo del interés de los Accionistas y de otras partes interesadas, por medio de:

- La excelencia de las actuaciones y los resultados, en términos de calidad y eficiencia de coste, además del impulso de la innovación.
- Una organización eficiente y efectiva, con el fin de maximizar las sinergias, ya sea dentro del propio grupo o con una tercera parte.

Por regla general, la creación de beneficios se entiende como la parte de los resultados de las operaciones que exceden del capital invertido inicialmente.

o Enriquecimiento cultural del país

- Ofreciendo y garantizando información independiente, autónoma, pluralista y completa, y siendo conscientes, desde el punto de vista social, de formar parte de un Grupo, se pretende ofrecer un servicio de gran importancia para la sociedad.
- Ofreciendo productos de contenido cultural, que contribuyan al desarrollo del país.

o Conciencia de trabajo en equipo

Los destinatarios del presente Código deben comportarse con:

- Conciencia y determinación para trabajar en pos de objetivos comunes.
- Un sentimiento común de pertenencia al Grupo, respetando las diferentes personalidades, opiniones, conocimientos y experiencias.
- Promoción de la imagen y la reputación del Grupo.
- Conciencia de identidad, como individuos y como grupo, en las relaciones con las instituciones, los Accionistas, el personal, los colaboradores, los clientes, los proveedores, el mercado y, por encima de todo, la opinión pública general.
- Búsqueda y desarrollo de posibles sinergias e intercambios de experiencias, conocimientos y recursos entre los diferentes componentes operativos del Grupo y con los socios externos. En este último caso, actuando con respeto a la protección de la propiedad y la utilización de los conocimientos prácticos específicos del Grupo.

o Poner a las personas en primer lugar

El Grupo RCS valora el "know-how" y el "saber cómo hacer las cosas" como iniciativa para el desarrollo y el mantenimiento del liderazgo. La compañía favorece las condiciones que permitan a los trabajadores del Grupo:

- Expresarse y expresar sus habilidades lo mejor que puedan.
- Desarrollar las capacidades de cada individuo como piedra angular de la

gestión de los recursos humanos.

- Recibir las mismas oportunidades para el crecimiento profesional, sin discriminación de ningún tipo, reconociendo como únicos criterios para determinar la consecución de los trabajos la habilidad y el potencial de los individuos y el cumplimiento de los objetivos individuales y comunes.
- Participar y contribuir en los procesos de toma de decisiones del negocio de acuerdo con la habilidad y la competencia individuales.
- Utilizar, dentro del Grupo RCS, sistemas de comunicación y de información apropiados para divulgar conocimientos sobre los objetivos empresariales, la gestión de operaciones y la información sobre el comportamiento correcto.

o Integridad y disciplina

La audiencia prevista del Código Ético, a la hora de perseguir los objetivos del Grupo RCS en los diferentes contextos de trabajo, debe:

- Respetar las reglas y las normas de autorregulación, los principios de este Código Ético y todas las normas de conducta del Grupo RCS, evitando acciones incorrectas o ilegales.
- Adquirir un completo conocimiento de los elementos regulatorios, con el fin de respetarlos.
- Actuar de acuerdo con los intereses del Grupo RCS.
- Asegurar las acciones de acuerdo con los elementos y los criterios basados en las decisiones empresariales.
- Preservar y fomentar el prestigio del Grupo RCS.
- Evitar toda situación que pueda derivar en conflictos de intereses o que interfiera en los procesos de toma de decisiones, que son libres de la influencia externa al Grupo; la existencia de cualquier situación de conflicto de intereses, propios o con familiares de hasta cuarto grado, debe ser comunicada a las oficinas centrales.
- Trabajar en concordancia con las demandas que se desprenden del contexto social, con especial, pero no exclusiva, atención a la protección de los derechos humanos fundamentales, la seguridad en el trabajo y en los procesos industriales y productivos, y con una perspectiva de respeto y de protección del medioambiente.
- Respetar las reglas del código de conducta profesional, incluso en los casos en los que sólo sea aplicable por analogía.

o Claridad y transparencia

La conducta con respecto a los Accionistas, el personal y los colaboradores, las instituciones, la administración pública, los clubes sociales, el mundo financiero, el mercado y las terceras partes en general deben mostrar lealtad, claridad y transparencia, así como ir más allá del cumplimiento estricto de las reglas.

La obligación de cumplir todas las reglas impuestas por determinados temas y materias, así como la protección de la confidencialidad, como por ejemplo, las reglas relativas a la privacidad, el respeto a la información delicada y la discreción profesional, se dan por sentadas.

o Eficiencia y efectividad

La puntualidad y la determinación en las tomas de decisiones y su puesta en práctica representan factores determinantes.

El proceso de toma de decisiones debe tener en cuenta criterios de responsabilidad, delegación y simplicidad, y deben ir seguidos de la

comprobación de los resultados.

Ni siquiera el cumplimiento total de los objetivos puede representar en sí mismo la mayor contribución al éxito de la compañía, que sólo se puede alcanzar a través de una profunda y común inclinación al trabajo en equipo, con la unión de las competencias necesarias para llegar a una conclusión exitosa de las operaciones.

En una etapa histórica caracterizada por cambios constantes, la importancia de estimular la creatividad y de valorar a las personas que realicen propuestas innovadoras y sepan cómo llevar los cambios a la práctica, aprovechando los posibles/inevitables errores como oportunidades para aprender y mejorar, merece reconocimiento.

La habilidad, la fiabilidad y la competencia profesional son elementos fundamentales, necesarios para todos los trabajadores, con el fin de alcanzar resultados excelentes.

- o Satisfacción del consumidor

Con la firmeza de los principios éticos, sociales y culturales que los medios de comunicación comportan, el Grupo afirma la importancia de conseguir la satisfacción total del consumidor con respecto a los productos y servicios ofrecidos.

Con el fin de cumplir este objetivo, el Grupo pretende definir y mantener elevados estándares de calidad con respecto al mercado. El Grupo tiene el compromiso constante de fomentar la innovación en los procesos y los productos, así como de controlar la satisfacción del consumidor por cada segmento de mercado del Grupo.

Igualmente considerado como elemento clave de la satisfacción del consumidor es la habilidad para prever el desarrollo de la demanda del mercado.

- o Competitividad

El método de comparación con las mejores empresas, tanto a nivel estatal como internacional, es un requisito esencial para tomar conciencia del valor individual, pero también de las posibilidades de mejora existentes.

El conocimiento del posicionamiento del grupo en relación con el mercado y los competidores es fundamental para la mejora continua de nuestros productos y procesos.

La comparación con empresas más avanzadas implica por parte del Grupo la intención y la habilidad de aceptar e incorporar filosofías y métodos de trabajo diferentes a los habituales.

La expansión constante de los mercados y la integración de estos mercados en diferentes culturas requiere una atención continua a las señales que ofrecen estos mercados y la consiguiente discusión y superación de estereotipos preconcebidos.

### **Relaciones con las instituciones del Estado**

En las relaciones con las instituciones estatales, las autoridades públicas, ya sean de inspección o dirección, la Bolsa, las instituciones de comunicación, etc., y la Administración Pública en general, la audiencia prevista del Código Ético debe respetar los valores guía y, en particular, los principios de integridad y disciplina, con lealtad y espíritu de colaboración.

En este contexto, el Grupo RCS y las personas que trabajan en el grupo, en sus respectivos papeles y deberes, deben respetar y asegurar el respeto a la legislación que regula las operaciones de las compañías, y en particular, de las compañías que

cotizan en Bolsa, cumplir y asegurar el cumplimiento de las normas de gobierno promulgadas en relación con el Código de Autorregulación de estas compañías registradas, cumplir y asegurar el cumplimiento de las normas de conducta establecidas por todas las demás regulaciones o normativas específicas (como, por ejemplo, el Código de Conducta Interna, procedimientos para operaciones de importancia y partes relacionadas, y el procedimiento para el tratamiento de información confidencial), respetar la regulación y las medidas relacionadas con temas medioambientales y de seguridad laboral, designar a los responsables y supervisores requeridos por ley, respetar la normativa del sector que regula las operaciones editoriales y de comunicación, cumplir los requisitos legales puntualmente, así como equiparse con las herramientas necesarias para evitar que la conducta individual incurra en la responsabilidad de personas legales.

El Grupo RCS mantiene relaciones de corrección, libres de inclinaciones políticas, con organizaciones y asociaciones relacionadas con el ámbito político en general, al que no contribuirá económicamente.

### **Relaciones con el mercado**

#### **A) Relaciones con el público**

El Grupo RCS, en su posición de liderazgo en el sector de los medios de comunicación, se compromete a actuar con profesionalidad y moralidad, con el compromiso continuo de defender:

- Los principios de la defensa de la libertad, la pluralidad y la veracidad de la información, rechazando cualquier forma de discriminación.
- Los principios de nuestros Estatutos constitucionales, así como las Convenciones internacionales que protegen la integridad, la dignidad y la identidad como elementos indispensables del patrimonio personal de los individuos.

#### **B) Relaciones con las compañías competidoras**

La competitividad con las compañías que trabajan en el mismo sector debe basarse en el juego limpio, en la competición en el ámbito de la calidad y el éxito de los productos, en la estricta protección de los activos materiales y no materiales del Grupo, en el control de la integridad de sus derechos, en la mejora de los recursos humanos e industriales y en el desarrollo de conocimientos prácticos.

Lo anteriormente dicho se aplica en todos los territorios en los que el Grupo RCS trabaja u opera.

#### **C) Relaciones con el mercado financiero**

Las relaciones con los accionistas deben centrarse en la creación de las condiciones necesarias para que la participación de los accionistas en las actividades de la compañía se lleven a cabo con el grado de concienciación requerido.

Las relaciones con el mercado financiero deben establecerse con el máximo respeto a los estándares y las regulaciones pertenecientes al sector, y de acuerdo con las medidas dictadas por las autoridades y los órganos supervisores, siguiendo métodos que, en cualquier caso, previenen la posibilidad de que se produzcan obstáculos o disputas, en condiciones de ecuanimidad, transparencia y con el mismo nivel de acceso a la información.

Los documentos informativos deben ser elaborados en concordancia con los correspondientes principios de información de la compañía: la información relevante debe ser comunicada con prontitud, y la confidencialidad debe mantenerse hasta el momento en el que la información se distribuya en el mercado.

La información no debe circular en el mercado con propósitos puramente

promocionales.

### **Relaciones con clientes, proveedores y profesionales que ofrecen sus servicios**

Cuando se escoge un proveedor de bienes o servicios, los factores a los que debe dedicarse la máxima atención son la fiabilidad de los proveedores y su capacidad para cumplir correctamente con las responsabilidades que han asumido, además de la relación calidad-precio de los bienes o servicios ofrecidos, sin discriminación ni prejuicios preconcebidos.

Cuando se selecciona a terceras partes a las que se confía la realización de servicios, de cualquier naturaleza, para y/o en interés del Grupo, incluidos asesores y profesionales, los factores a considerar son: el nivel de especialización, la capacidad de ofrecer servicios del nivel de calidad exigido y en los plazos exigidos, el nivel de compensación económica requerido por el proveedor del servicio y las garantías que ofrece. Las posibilidades reales de competitividad entre proveedores deben fomentarse teniendo en cuenta las consideraciones anteriormente especificadas.

Los proveedores que respetan los mismos principios y normas de conducta que se establecen en el presente **Código Ético**, y en las modalidades de conducta descritas con anterioridad, incluso de forma indirecta, serán priorizados. En caso de especial y delicada importancia económica, se requerirá al proveedor una declaración específica (declaración jurada) de conformidad con los anteriormente citados principios de conducta.

Los criterios aplicados a la evaluación de los servicios ofrecidos deben ser comprobables fácilmente.

La evaluación de los clientes debe incluir una valoración de su capacidad para cumplir con sus garantías de pago.

Los contratos y las comunicaciones con los proveedores y los clientes deben redactarse prestando atención a la integridad, la conformidad con la normativa aplicable, la claridad y la facilidad de comprensión.

En las relaciones con los proveedores de bienes o servicios y en las relaciones con los clientes, las personas a las que afecta este Código Ético no deben aceptar regalos o beneficios, a excepción de aquellos de valor simbólico. La aceptación de dinero queda excluida en cualquier caso, y este tipo de ofrecimientos no están permitidos en ningún tipo de relación con las autoridades públicas. En el caso de que las circunstancias, después de haber consultado con el superior correspondiente de la compañía, sugieran que resulta inapropiado devolver regalos recibidos, el receptor deberá donar una cantidad equivalente al valor del regalo a una obra de interés social.

### **Relaciones con los trabajadores y entre los trabajadores**

**Las normas de conducta personal deben ser cumplidas por todos los trabajadores, y exigidas por los responsables de los diferentes departamentos a todos sus colaboradores, ya sea los vinculados a la empresa por un contrato de trabajo o los representados por cualquier forma de colaboración externa.**

La empresa debe garantizar el cumplimiento de la normativa que afecta a la seguridad laboral y la salud de los trabajadores (prevención de riesgos, higiene en el puesto de trabajo), así como la protección del medioambiente. Asimismo, en general, debe proporcionar a los trabajadores un puesto de trabajo seguro, saludable y adecuado para la realización de las actividades profesionales.

Las partes vinculadas a este Código Ético deben trabajar con espíritu de cooperación, contribuir a la actividad de la empresa mediante sus correspondientes aptitudes, cumplir con los criterios de confidencialidad y secreto profesional con

respecto a cualquier tipo de información que pueda llegarles por cualquier razón (por ejemplo, datos técnicos y/o financieros, información relacionada con productos, contratos y negociaciones en marcha o previstas en el futuro), a menos que dicha información sea, por naturaleza, del dominio público.

Las actividades profesionales deben llevarse a cabo de acuerdo con los criterios de privacidad de los afectados, con honestidad y con respeto mutuo.

Todos los trabajadores tienen la responsabilidad de proteger y salvaguardar la propiedad de la empresa a la que están vinculados, incluyendo los derechos de la propiedad intelectual e industrial, así como la información relacionada con la empresa que obre en su poder, manteniendo la confidencialidad y el secreto profesional.

### **Incumplimiento del Código Ético**

El incumplimiento del Código Ético y, asimismo, el incumplimiento de los estándares, las regulaciones y los procedimientos mencionados en dicho Código, constituyen una forma de conducta reprochable, tanto desde el punto de vista de la disciplina como con respecto al desempeño correcto de las obligaciones derivadas de la relación existente entre la parte sujeta al cumplimiento del Código y el Grupo RCS.

La persona responsable del quebrantamiento del Código quedará sujeta a – además de la **responsabilidad y las sanciones establecidas por la ley como consecuencia de la conducta inadecuada – las sanciones detalladas más abajo, al margen de los derechos del miembro del Grupo RCS cuyos intereses hayan sido perjudicados a causa del quebrantamiento del Código, a emprender las acciones necesarias para resarcirse del perjuicio recibido:**

- Si el incumplimiento del código es cometido por un trabajador perteneciente a una de las empresas del Grupo RCS, derivará en la posible aplicación de las sanciones disciplinarias establecidas por la ley y por las condiciones contractuales, incluyendo las de los contratos colectivos pactados, confirmando la obligación de respetar este Código como parte integrante de las obligaciones que la relación de trabajo comporta, así como las previstas por la legislación vigente.
- Si el incumplimiento del Código es cometido por un miembro del Consejo de administración o por cualquier departamento de cualquier empresa del Grupo – incluida la secretaría del consejo de dirección – esta falta deberá ser comunicada a los accionistas en la siguiente reunión de accionistas o, en el caso de la secretaría, en el siguiente Consejo de dirección, con el fin de evaluar la posible revocación del cargo del infractor por un motivo válido.
- Si el incumplimiento del Código es cometido por una persona cuya relación con el Grupo RCS difiera de las dos situaciones descritas anteriormente, la empresa del Grupo correspondiente puede finalizar la relación o, en cualquier caso, retirarse del acuerdo sin tener que pagar ningún tipo de indemnización o compensación, incluso en el caso de que la acción no haya venido precedida de aviso previo. La decisión será tomada por la persona poseedora de los poderes correspondientes.

**A la hora de determinar la penalización, se debe dar la debida consideración a las circunstancias concretas del caso y a la posibilidad de que el incumplimiento del código se haya repetido en el tiempo.**

**Una interpretación incorrecta de los principios y regulaciones establecidas en el Código Ético se puede considerar una circunstancia atenuante únicamente en el caso de que la persona infractora muestre**

**buena intención y las limitaciones impuestas por el Código Ético excedan del nivel de conocimiento esperado de una persona con la debida diligencia.**

**El Grupo RCS asumirá la responsabilidad de aplicar los procedimientos, regulaciones, comunicaciones e instrucciones que sean necesarias para la adecuada aplicación de las penalizaciones.**

### **Área de aplicación e interpretación**

**Las medidas de Código Ético no pueden contemplar todas las formas de relaciones, conductas y situaciones. Establecen valores y criterios de conducta, cuyo cumplimiento y aplicación se confían al sentido de responsabilidad y a la capacidad de interpretación del Código de las personas. Estas personas – en caso de duda o incertidumbre en la interpretación – tienen la obligación de solicitar una aclaración de acuerdo con la jerarquía de la empresa y con los criterios de responsabilidad funcional, en particular, con lo relacionado con las funciones legales y los recursos humanos.**

**Las normas establecidas por el Código Ético pueden ser modificadas en cualquier momento, con el fin de adaptarlas a las necesidades cambiantes del Grupo RCS, o bien para clarificar la interpretación o las normas mencionadas.**

### **Fecha de aplicación**

Las normas del presente Código Ético serán efectivas en la fecha en la que se aprueban por el Consejo de Dirección de la principal empresa del Grupo, RCS MediaGroup S.p.A..

El **Código Ético** será **distribuido** a todos los trabajadores del Grupo RCS y a todas las partes interesadas.