



Codice Etico

CODICE ETICO

Il presente documento, approvato all'unanimità dal Consiglio di Amministrazione della RAI, rappresenta i valori in cui il Gruppo si riconosce e che applica nell'esercizio della propria attività.

SOMMARIO

PREMESSA	7
La missione di RAI	7
L'approccio verso gli Interlocutori aziendali	7
Principi etici e valore della reputazione	8
1. AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE	11
1.1 Destinatari ed ambito di applicazione	11
1.2 Impegni di RAI	12
1.3 Obblighi dei Destinatari del Codice	12
1.4 Valenza del Codice nei confronti dei terzi	13
1.5 Strutture di riferimento, attuazione e controllo	13
2. PRINCIPI ETICI GENERALI	15
2.1 Onestà e osservanza della legge	16
2.2 Pluralismo	16
2.2.1 Specificazioni del Pluralismo	17
2.3 Professionalità	20
2.4 Imparzialità	21
2.5 Correttezza in caso di conflitti di interessi	21
2.6 Riservatezza	23
2.7 Trasparenza e correttezza nella gestione delle attività e nell'informazione, registrazione e verificabilità delle operazioni	23
2.8 Diligenza e correttezza nella negoziazione ed esecuzione dei contratti	24
2.9 Lealtà nella concorrenza	24
2.10 Valore delle risorse umane ed integrità della persona	24
2.11 Collaborazione, reciproco rispetto nei rapporti di lavoro	24

2.12	Qualità dei prodotti e dei servizi	25
2.13	Responsabilità verso la collettività	26
2.13.1	In generale	26
2.13.2	Nelle trasmissioni di servizio	26
2.13.3	Tutela dei minori	26
2.13.4	Italiani all'estero	27
2.14	Tutela ambientale	28
3.	RAPPORTI CON I TERZI	28
3.1	Criteri di condotta negli affari	28
3.2	Rapporti con i clienti e gli utenti	29
3.3	Rapporti con i fornitori	30
3.4	Rapporti con i Collaboratori	30
3.5	Rapporti Istituzionali	31
3.6	Rapporti con organizzazioni sociali	32
3.7	Pubblicità	32
3.8	Contributi e sponsorizzazioni	32
3.9	Rapporti con gli altri media	33
4.	RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	33
4.1	Criteri generali di comportamento nei rapporti con la Pubblica Amministrazione	33
4.2	Omaggi, regali e benefici	34
4.3	Contributi e finanziamenti	35
5.	TRASPARENZA DELLA CONTABILITÀ E CONTROLLI INTERNI	36
5.1	Trasparenza verso il mercato	36
5.2	Registrazioni contabili	36
5.3	Controlli interni	37
6.	TUTELA DEL CAPITALE SOCIALE, DEI CREDITORI E DEL MERCATO	38
6.1	Comunicazioni sociali, prospetti e relazioni	39
6.2	Integrità del capitale sociale	39
6.3	Regolare funzionamento della Società	40
6.4	Tutela delle funzioni di vigilanza	40

7. POLITICHE DEL PERSONALE	41
7.1 Risorse umane	41
7.2 Molestie sul luogo di lavoro	42
7.3 Abuso di sostanze alcoliche o stupefacenti	43
7.4 Diffusione delle politiche del personale	43
7.5 Doveri del personale	43
7.6 Gestione delle informazioni	44
7.7 Conflitto di interessi	44
7.8 Utilizzo dei beni aziendali	44
7.9 Omaggi, regali e benefici	45
8. RISERVATEZZA E TUTELA DELLE INFORMAZIONI	45
8.1 Tutela della privacy	45
8.2 Obbligo alla riservatezza	46
9. SALUTE, SICUREZZA E AMBIENTE	47
10. EFFICACIA DEL CODICE E CONSEGUENZE DELLA SUA VIOLAZIONE	48
PRINCIPALI FONTI (OLTRE ALLE NORME DI LEGGE IN MATERIA)	48

PREMESSA

La missione di RAI

La missione di RAI si esplica attraverso l'offerta televisiva, radiofonica, audiovisiva e multimediale - con i relativi contenuti editoriali - i servizi tecnologici per la produzione e per la trasmissione del segnale, nonché la connessa attività di commercializzazione.

RAI S.p.A., nella sua qualità di concessionaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo, assume quali suoi compiti prioritari: garantire la libertà, il pluralismo, l'obiettività, la completezza, l'imparzialità e la correttezza dell'informazione; favorire la crescita civile ed il progresso sociale; promuovere la cultura, l'istruzione e la lingua italiana; salvaguardare l'identità nazionale e locale; garantire servizi di utilità sociale; estendere alla collettività i vantaggi delle nuove tecnologie trasmissive; assicurare, inoltre, una programmazione equilibrata e varia, in grado di mantenere il livello di ascolto idoneo per l'adempimento delle funzioni e di garantire il raggiungimento della qualità dell'offerta nell'insieme dei generi della programmazione.

RAI S.p.A. svolge direttamente o attraverso società controllate, collegate o partecipate, attività inerenti al Servizio Pubblico, nonché attività collaterali e di carattere commerciale connesse o non connesse all'oggetto sociale.

L'approccio verso gli interlocutori aziendali

RAI aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i suoi interlocutori aziendali, cioè con quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto è richiesto per la realizzazione della missione di RAI o che hanno comunque un interesse nel suo perseguimento.

Sono interlocutori aziendali coloro che sono interessati a vario titolo dalla gestione dell'Azienda, e quindi gli azionisti, i vertici aziendali, i dipendenti, i Collaboratori, i clienti, i fornitori ed i partner d'affari.

In senso allargato sono inoltre interlocutori aziendali tutti i singoli o gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività di RAI: rientrano in quest'ambito le comunità locali e nazionali in cui RAI opera, le associazioni per la tutela di interessi diffusi, ecc..

L'orientamento all'etica è valore fondamentale per la credibilità dei comportamenti di RAI verso le istituzioni, gli azionisti, i clienti, gli utenti e, più in generale, verso l'intero contesto civile ed economico, anche internazionale, in cui opera.

In particolare, per cliente si intende la persona fisica o giuridica con la quale RAI ha rapporti giuridici individualizzati di natura negoziale o meno; gli utenti, invece, sono la collettività indifferenziata nei confronti della quale viene erogato, per concessione dello Stato, il Servizio Pubblico radiotelevisivo, senza che abbiano a configurarsi rapporti di rilievo giuridico con i singoli fruitori del servizio.

I valori etici, sufficientemente diffusi e condivisi a tutti i livelli aziendali, che RAI intende mettere alla base dei suoi comportamenti sono fondamentali per raggiungere i massimi risultati e permettere la massima efficienza alle regole di governo e controllo dell'impresa, già in essere in RAI ed in fase di sviluppo e continuo miglioramento.

Principi etici e valore della reputazione

Nella conduzione degli affari e delle attività, i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra RAI e i suoi interlocutori aziendali, che rappresenta una risorsa immateriale essenziale.

La buona reputazione all'esterno favorisce la fedeltà dei clienti e degli utenti, l'attrazione delle migliori risorse umane, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i creditori. All'interno, essa consente di prendere e attuare le decisioni senza frizioni e di organizzare il lavoro senza un eccessivo esercizio dell'autorità.

Inoltre, l'affermazione di alcuni principi di comportamento specifici da osservare, ad esempio, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione e con riferimento ai diritti dei creditori e dei

terzi regolati da norme del diritto societario, è manifestazione dell'impegno di RAI in relazione alla prevenzione dei reati di cui al D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231 e successive modifiche ed integrazioni (di seguito indicato, più semplicemente, "D.Lgs. 231/2001").

Per le ragioni che precedono, è importante definire con chiarezza l'insieme dei valori che RAI riconosce, accetta e condivide e l'insieme delle responsabilità che RAI assume verso l'interno e verso l'esterno. A tali esigenze risponde la predisposizione del Codice Etico, che costituisce un codice di comportamento la cui osservanza da parte di tutti gli Esponenti Aziendali (Amministratori, Sindaci, Direttore Generale, dirigenti, dipendenti) e dei Collaboratori Esterni (consulenti, rappresentanti, intermediari, agenti, ecc.) della Società, di seguito indicati come "Collaboratori" - che, come si dirà nel Capitolo 1, costituiscono i Destinatari del Codice - è di importanza fondamentale per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione di RAI, nonché il suo impegno in relazione alla prevenzione dei reati di cui al D.Lgs. 231/2001, fattori tutti che costituiscono un patrimonio decisivo per il successo e lo sviluppo delle imprese del Gruppo RAI.

Il Codice Etico è, quindi, costituito:

- a) dai principi etici generali sulle relazioni con gli interlocutori aziendali, che definiscono i valori di riferimento nelle attività di RAI;
- b) dai principi di comportamento verso ciascuna classe di interlocutori aziendali, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali gli Esponenti Aziendali di RAI sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- c) dai principi di comportamento espressamente finalizzati alla prevenzione della commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001;
- d) dai meccanismi di attuazione, che descrivono il sistema di controllo per l'osservanza del Codice Etico e per il suo continuo miglioramento.

Affinché la condotta di RAI sia effettivamente orientata in senso etico, i dipendenti, i Collaboratori e tutti coloro che cooperano

all'esercizio della Società sono tenuti a conoscere il Codice Etico e a contribuire attivamente alla sua attuazione, nonchè a segnalare eventuali carenze.

Ogni comportamento contrario alla lettera e allo spirito del Codice Etico sarà perseguito, in quanto contrario ai principi di RAI, e sanzionato con le modalità previste nel Codice stesso.

RAI si impegna a promuovere la conoscenza del Codice da parte dei Destinatari, assicurandone la massima diffusione anche attraverso strumenti di formazione e informazione in ordine ai contenuti.

Il Codice sarà, altresì, portato a conoscenza di tutti coloro con i quali RAI intrattiene relazioni d'affari e ai quali richiede una condotta in linea con i principi generali del presente Codice, eventualmente sottoponendo agli stessi la sottoscrizione di apposite dichiarazioni al riguardo.

RAI vigilerà sull'osservanza del Codice, assicurando le necessarie azioni sia di prevenzione e controllo che correttive.

Il presente Codice Etico è stato redatto per l'intero Gruppo RAI ed è, pertanto, vincolante, senza alcuna eccezione, per tutti gli Esponenti Aziendali e Collaboratori delle Società appartenenti al Gruppo, che costituiscono, quindi, i Destinatari del presente Codice ed ai quali si intendono applicabili, per quanto di ragione, i contenuti del Codice stesso; ne consegue che la dizione "RAI", seppure concepita con riguardo a RAI S.p.A., si intende riferibile – *mutatis mutandis* - a ciascuna delle altre Società del Gruppo RAI diversa da RAI S.p.A..

Per Gruppo RAI si intende RAI S.p.A. e qualsiasi altra Società da essa direttamente o indirettamente controllata, in quanto concorre al ruolo produttivo, creativo, educativo, culturale e commerciale, attraverso attività strumentali e/o funzionali al perseguimento delle finalità di istituto.

Le leggi e gli atti equiparati che incidono sui principi, sui criteri e sulle regole di condotta contenuti nel presente Codice hanno effetto cogente immediato ad integrazione o modificazione del Codice, ancorchè non espressamente richiamati.

Lo stesso effetto integrativo o modificativo conseguono i regolamenti, gli indirizzi ed i provvedimenti generali e specifici provenienti da pubbliche autorità, quando siano in atti individuali o collettivi di comunicazione aziendale, nonché le delibere del Consiglio di Amministrazione e le disposizioni del Direttore Generale, comunicate nelle stesse forme di cui sopra.

Il Codice Etico tiene conto anche del dibattito aperto dalla Commissione Europea con comunicazione del 2 luglio 2002 in tema di responsabilità sociale delle imprese.

1. AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE

1.1 Destinatari ed ambito di applicazione

Il presente Codice Etico è stato redatto per RAI ed è, pertanto, vincolante, senza alcuna eccezione, per tutti gli Esponenti Aziendali (Amministratori, Sindaci, Direttore Generale, dirigenti, dipendenti) e Collaboratori (lavoratori non subordinati, quali consulenti, rappresentanti, intermediari, agenti, etc.) della Società, che costituiscono, quindi i Destinatari del presente Codice. Il Consiglio di Amministrazione di RAI è individuato come organo di controllo e verifica sul suo operato, su quello dei Sindaci e del Direttore Generale.

Gli Amministratori di RAI e il Direttore Generale sono tenuti ad ispirarsi ai principi del Codice nel fissare gli obiettivi imprenditoriali, nel proporre e realizzare i progetti e gli investimenti, nonché in qualsiasi decisione o azione che abbia riflessi sui valori patrimoniali, gestionali e tecnologici dell'impresa, e sul benessere dei dipendenti e della collettività.

Del pari, i dirigenti dovranno ispirarsi ai medesimi principi nel dare concreta attuazione all'attività di direzione, rafforzando così la coesione e lo spirito di reciproca collaborazione, anche nei confronti dei terzi che entrano in contatto con RAI stessa.

I dipendenti e i Collaboratori, a loro volta, oltre al dovuto rispetto della normativa vigente, adegueranno le proprie azioni ed i propri comportamenti ai principi ed agli obiettivi del Codice nell'ambito

dello svolgimento della propria attività lavorativa.

RAI richiede anche ai principali clienti, fornitori e partner d'affari, nonché a tutti coloro che, direttamente o indirettamente, intrattengono rapporti con la Società stessa, una condotta in linea con i principi contenuti nel presente Codice.

Il Codice Etico ha validità sia in Italia che all'estero, pur in considerazione della diversità culturale, sociale ed economica dei vari Paesi in cui RAI opera.

1.2 Impegni di RAI

RAI assicurerà, anche attraverso la designazione di specifiche funzioni interne a ciò espressamente dedicate:

- a) la massima diffusione del Codice presso gli Esponenti Aziendali, i Collaboratori ed i partner d'affari;
- b) l'approfondimento e l'aggiornamento del Codice, al fine di adeguarlo all'evoluzione della sensibilità civile e delle normative di rilevanza per lo stesso;
- c) la messa a disposizione di strumenti conoscitivi e di chiarimento circa l'interpretazione e l'attuazione del Codice;
- d) lo svolgimento di verifiche in caso di notizie di violazione del Codice;
- e) l'applicazione, in caso di accertata violazione, di adeguate misure sanzionatorie;
- f) la tutela dei soggetti che forniscano notizie di possibili violazioni del Codice contro eventuali ritorsioni di qualunque genere, intendendosi per tali ogni atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione, nonché la tutela della riservatezza dell'identità dei segnalanti.

1.3 Obblighi dei Destinatari del Codice

Per l'effettiva attuazione nella realtà aziendale dei principi contenuti nel Codice, tutti i Destinatari del Codice sono impegnati ad osservare e a fare osservare tali principi nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità, mettendo a disposizione della Società tutto il proprio bagaglio tecnico, professionale ed etico. In nessun modo la convinzione di agire a vantaggio di RAI può

giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con questi principi.

In particolare, ogni Esponente Aziendale ha il dovere di conoscere le disposizioni contenute nel Codice e di:

- a) astenersi da comportamenti contrari a tali disposizioni;
- b) rivolgersi ai propri superiori o al Direttore Generale (anche attraverso la Commissione stabile di cui al punto 1.5) in caso di necessità di chiarimenti sulle modalità di applicazione delle stesse;
- c) riferire tempestivamente ai superiori o al Direttore Generale (anche attraverso la Commissione stabile di cui al punto 1.5) qualsiasi notizia, di diretta rilevazione o riportata da altri, in merito a possibili violazioni delle disposizioni del Codice e qualsiasi richiesta gli sia stata rivolta di violarle;
- d) collaborare con le strutture deputate a verificare le possibili violazioni.

1.4 Valenza del Codice nei confronti dei terzi

Nei confronti dei terzi, tutti i Destinatari del Codice, in ragione delle loro competenze, cureranno di:

- a) informarli adeguatamente circa gli impegni ed obblighi imposti dal Codice;
- b) esigere il rispetto degli obblighi che riguardano direttamente la loro attività;
- c) adottare le opportune iniziative interne e, se di propria competenza, esterne in caso di mancato adempimento da parte di terzi dell'obbligo di conformarsi alle norme del Codice.

1.5 Strutture di riferimento, attuazione e controllo

RAI individua nel Direttore Generale il referente unico nei confronti del Consiglio medesimo di Amministrazione, che fornirà al Consiglio una informativa mensile sull'attuazione ed il controllo del rispetto e dell'efficacia del Codice Etico; il Direttore Generale, utilizzando le strutture all'uopo ritenute necessarie (Direzioni Internal Auditing, Affari Legali, Risorse Umane, Ottimizzazione e Offerta Palinsesto, riunite in Commissione stabile, che si avvarranno del supporto delle funzioni aziendali competenti),

svolgerà i compiti qui di seguito descritti, avendo libero accesso a tutta la documentazione ed informazioni utili.

Il Direttore Generale, avvalendosi della Commissione sopra indicata, avrà il compito di:

- a) vigilare sull'osservanza del Codice da parte dei Destinatari e dei soggetti esterni con cui RAI ha rapporti;
- b) vigilare sull'efficacia del Codice, cioè sulla sua idoneità alla concreta prevenzione e repressione di comportamenti non etici nella realtà aziendale;
- c) curare il costante aggiornamento e la revisione del Codice, proponendo modifiche necessarie per l'adeguamento ai mutamenti della disciplina normativa rilevante ed in relazione all'esito delle verifiche sull'osservanza ed efficacia del Codice.

In particolare, nell'ambito dei predetti compiti e avvalendosi della Commissione sopra indicata, il Direttore Generale provvederà a:

- a) verificare l'applicazione ed il rispetto del Codice attraverso l'attività di *ethical auditing*, che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito della Società attraverso un'analisi e una valutazione dei processi di controllo dei rischi etici;
- b) esaminare le notizie di possibili violazioni del Codice, disponendo le verifiche ritenute opportune, comunicandone l'esito e proponendo, se necessario, l'adozione di provvedimenti sanzionatori alle competenti funzioni aziendali, che valutano e definiscono i provvedimenti, ne curano l'attuazione e ne riferiscono, a fini informativi, al Direttore Generale;
- c) promuovere l'emanazione di linee guida e/o di procedure operative per l'attuazione del Codice, coordinando le funzioni e le unità competenti alla loro definizione;
- d) esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure aziendali, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice;
- e) verificare l'efficacia del Codice, informare le strutture competenti dei risultati delle verifiche effettuate;
- f) promuovere e curare la predisposizione da parte delle funzioni

competenti di programmi di informazione e formazione dei Destinatari del Codice, finalizzati ad assicurare la corretta comprensione delle norme del Codice e dei valori etici in esse contenuti, differenziando le iniziative a seconda del ruolo e delle responsabilità dei soggetti da informare e formare;

- g) verificare la conoscenza del Codice all'interno e all'esterno di RAI e disporre eventuali provvedimenti integrativi e/o correttivi dell'attività di informazione e formazione;
- h) istituire e diffondere la conoscenza delle modalità operative della propria funzione e dei canali di comunicazione cui rivolgere le segnalazioni;
- i) attivare e mantenere un adeguato flusso di *reporting* e di comunicazione con le analoghe strutture delle società controllate.

Il Direttore Generale riferisce sui risultati della propria attività con le modalità stabilite dalle apposite disposizioni organizzative ed in particolare:

- a) presenta una relazione annuale al Consiglio di Amministrazione sull'attuazione e l'efficacia del Codice in RAI S.p.A. e nelle altre società del Gruppo RAI, nonché eventuali relazioni specifiche su situazioni particolari;
- b) presenta una relazione annuale al Consiglio di Amministrazione sulle iniziative utili per la maggiore diffusione e l'aggiornamento del Codice, nonché eventuali relazioni specifiche su interventi di modifica ed aggiornamento di particolare rilevanza e/o urgenza.

Sono salve le ulteriori linee di *reporting* eventualmente previste dal modello di organizzazione, gestione e controllo di cui al D.Lgs. 231/2001.

2. PRINCIPI ETICI GENERALI

Tutte le attività di RAI devono essere svolte nel rispetto dei principi di onestà e osservanza della legge, di pluralismo, professionalità, imparzialità, correttezza, riservatezza, trasparenza, diligenza, lealtà

e buona fede, nonché degli altri principi etici affermati nel presente Codice, nei confronti dei clienti, dipendenti, Collaboratori, azionisti, partner commerciali e finanziari, nonché delle pubbliche amministrazioni e delle collettività con cui RAI ha rapporti per lo svolgimento delle sue attività istituzionali e/o strumentali.

Tali principi, che definiscono i valori etici di riferimento nell'attività della Società, sono quelli qui di seguito riportati.

2.1 Onestà e osservanza della legge

RAI favorisce la trasparenza nei comportamenti e precisa che il perseguimento dell'interesse della società non può in nessun caso giustificare una condotta disonesta.

Tutti gli Esponenti Aziendali ed i Collaboratori di RAI, nell'esercizio della propria attività professionale, devono rispettare le leggi ed i regolamenti vigenti nei Paesi in cui operano e devono altresì osservare scrupolosamente le procedure aziendali ed i regolamenti interni, il Codice Etico e le altre *policy* aziendali.

2.2 Pluralismo

Per RAI il pluralismo non è solo un dovere nei confronti della collettività, ma anche, e soprattutto, un metodo di lavoro, un elemento della sua identità di Servizio Pubblico.

Il principio del pluralismo - che compendia anche i principi di obiettività, completezza e imparzialità - costituisce il valore fondamentale e più esteso nell'ambito della disciplina costituzionale della manifestazione del pensiero.

A tal proposito, RAI assume quali principi fondamentali del sistema radiotelevisivo la garanzia della libertà e del pluralismo nell'accesso ai mezzi di comunicazione, la tutela della libertà di opinione e di espressione per ogni cittadino, come la tutela della libertà dell'informazione, l'apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, sociali, culturali e religiose e la salvaguardia delle diversità linguistiche, nel rispetto delle libertà e dei diritti garantiti dalla Costituzione.

Per RAI, quale concessionaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo, il pluralismo, nella sua accezione più ampia, costituisce un obbligo che deve essere rispettato dalla Azienda

concessionaria nel suo insieme e in ogni suo atto e deve avere evidente riscontro nei singoli programmi; il pluralismo deve estendersi a tutte le diverse condizioni e opzioni (sociali, culturali, politiche, ecc.) che alimentano gli orientamenti dei cittadini.

2.2.1 *Specificazioni del pluralismo*

Ne consegue che in relazione allo svolgimento dell'attività di Servizio Pubblico, RAI riconosce i principi di:

- a) *pluralismo nell'informazione*, per garantire ai diversi soggetti ed alle diverse idee di essere rappresentati e, soprattutto, per tutelare il diritto del cittadino di essere compiutamente informato e di poter avere accesso ai mezzi di comunicazione. L'informazione deve essere la più accurata e garantita possibile. Di fronte a temi di particolare rilievo o a questioni particolarmente controverse, RAI dà conto delle diverse e più significative opinioni esistenti, nel rispetto e nella corretta applicazione del metodo del pluralismo e dei tradizionali canoni di obiettività, di completezza e di indipendenza, nonché nel rispetto del Destinatario dell'informazione, dei diritti e della dignità della persona. Il pluralismo, dunque, come diritto dell'utente ancor prima che come diritto dei soggetti da rappresentare;
- b) *pluralismo nella programmazione*, in considerazione del fatto che la complessiva programmazione del Servizio Pubblico deve essere finalizzata allo sviluppo sociale e culturale del Paese, con adeguato spazio, anche nelle ore di maggiore ascolto, alle varie tendenze culturali che hanno segnato l'evoluzione della civiltà. La linea editoriale RAI deve rispettare e soddisfare un pubblico che ha orientamenti, opinioni e gusti diversi. Nei programmi si deve, quindi, riflettere la molteplicità delle culture e degli interessi in modo che qualunque sia il credo religioso, il convincimento politico, la razza, il sesso, l'orientamento sessuale, l'educazione, la condizione sociale e l'età, gli utenti non vengano trascurati o offesi. Anche se il pluralismo non può trovare sempre applicazione meccanica e contestuale, esso deve comunque essere rispettato in un

ragionevole arco di programmazione. Esso deve essere realizzato anche all'interno di ciascuna rete o testata giornalistica e, di fronte a temi particolarmente delicati, o controversi sul piano dei principi, deve essere garantito anche all'interno del singolo programma. I principi di imparzialità, pluralismo e possibilità di contraddittorio dovranno essere applicati anche alle modalità di partecipazione ed al ruolo del pubblico presente alle trasmissioni, quando esso diventa determinante nella struttura delle trasmissioni stesse. Realizzare il pluralismo consiste nel cogliere all'interno di ogni evento la pluralità dei valori e degli interessi che lo determinano, dei giudizi e delle opinioni che se ne possono ricavare;

- c) *pluralismo politico e modalità di comunicazione*, in quanto RAI nella sua attività di Servizio Pubblico è tenuta a rappresentare con equilibrio le posizioni della maggioranza e delle opposizioni, delle coalizioni e delle diverse forze politiche, nel rispetto dei principi della completezza e della obiettività dell'informazione. Il rispetto della completezza e dell'obiettività deve risultare evidente anche nelle modalità della comunicazione radiotelevisiva del Servizio Pubblico, la quale se da un lato deve risultare non aprioristicamente condizionata dalle opinioni e dai comportamenti dei detentori del potere politico del momento, dall'altro deve rifuggire da atteggiamenti faziosi e di esasperato protagonismo individuale. L'informazione politica deve offrire un quadro completo ed imparziale degli eventi politici e sociali e delle attività delle istituzioni. In occasione di elezioni politiche, amministrative e di referendum, viene garantita l'osservanza delle disposizioni di legge e della Commissione Parlamentare che interviene per garantire condizioni di parità tra i soggetti interessati che siano legittimati a partecipare a rubriche di tribuna elettorale e referendaria ovvero a fruire di spazi di propaganda nell'ambito del Servizio Pubblico radiotelevisivo;
- d) *pluralismo sociale*, che deve rappresentare l'autonomia e la dialettica delle realtà sociali del nostro Paese in tutta la loro ricchezza, traducendosi, per ogni genere radiotelevisivo e per l'insieme degli spazi informativi, nel richiamo esplicito

- e nella rappresentazione di tutte le realtà sociali, a cominciare dal mondo produttivo del lavoro. Garantirne l'accesso al sistema informativo, anche in forma diretta, rappresenta un dovere esplicito del sistema pubblico radiotelevisivo;
- e) *pluralismo culturale*, in quanto, in ordine alle singole problematiche trattate devono emergere le diverse opzioni culturali presenti nel Paese, e nella stessa scelta dei temi, il Servizio Pubblico deve caratterizzarsi come capace di proporre questioni innovative e di interesse rispetto alle mode correnti riflesse dagli altri mezzi di informazione. RAI, ad esempio, conferma il suo impegno sui temi della conoscenza, della scienza, dell'ambiente, dell'innovazione tecnologica, dell'evoluzione dei diritti civili, dei diritti dei consumatori, della nuova letteratura, dei temi relativi all'istruzione ed alla formazione, anche attraverso la collocazione di tali tematiche in fasce orarie di maggiore ascolto. Particolare impegno dovrà destinarsi alla promozione e diffusione del prodotto nazionale ed europeo di qualità, tanto in Italia quanto all'estero;
- f) *pluralismo etnico e religioso*, in quanto la presenza nel nostro Paese di etnie e di fedi diverse, sia autoctone che proprie di consistenti comunità extraeuropee rende ancor più importante l'impegno del Servizio Pubblico contro ogni forma di razzismo e a favore di atteggiamenti positivi. Spetta infatti al Servizio Pubblico dare voce adeguata alle diverse etnie, favorire l'integrazione tra le culture e la convivenza. Va potenziato lo sforzo comunicativo teso a riconoscere e a valorizzare le diverse tradizioni religiose presenti nel nostro paese, tenendo conto delle radici cristiane dell'Italia e a favorire la reciproca conoscenza delle diverse culture. Ai nostri connazionali vanno fornite le informazioni su realtà finora a noi distanti, e agli immigrati vanno forniti strumenti di conoscenza della nostra lingua e della nostra cultura oltre che dei loro diritti e dei loro doveri, fondamentali per la convivenza civile. In questo contesto vanno valorizzate le attività di volontariato, e realizzate le iniziative atte a favorire la reciproca comprensione e solidarietà. Un'adeguata informazione va assicurata per e sulle comunità

- degli italiani nel mondo, nonché sulle loro attività.
- g) *pluralismo nelle realtà locali*, in quanto la concessionaria del Servizio Pubblico è tenuta alla rappresentazione ed alla valorizzazione della variegata articolazione anche geografica del nostro Paese, con le diversità d'ordine culturale, economico, produttivo, ambientale, a partire dalle minoranze linguistiche riconosciute e con specifico riferimento alla suddivisione regionale del Paese stesso. Particolare attenzione va riservata alla tutela delle minoranze linguistiche anche attraverso una piena applicazione delle apposite convenzioni per l'informazione giornalistica e la programmazione locale.
 - h) *pluralismo di genere e di età*, in quanto RAI promuove la cultura e la politica delle pari opportunità tra uomini e donne. La programmazione è chiamata a farsi carico della presenza, tra i radio e telespettatori, dei minori: grande attenzione va riservata alla loro tutela, non soltanto in termini di protezione delle culture della violenza e della prevaricazione fisica e psicologica, ma anche e soprattutto nel senso della promozione positiva di valori;
 - i) *pluralismo associativo*, in quanto il nostro Paese è caratterizzato dalla presenza di una fitta rete di associazioni impegnate nel campo dell'assistenza, della marginalità sociale, della promozione dei diritti, della tutela ambientale e così via. RAI si impegna a rappresentare, valorizzare e sostenere tale patrimonio di volontariato. Il Servizio Pubblico, a tale riguardo, prevede trasmissioni a carattere sociale con pubbliche raccolte di fondi (e la possibilità di offrire spazi promozionali gratuiti a finalità sociale) sulla base di un apposito Regolamento interno.

2.3 Professionalità

Tutte le attività di RAI devono essere svolte con impegno e rigore professionale ed in pieno spirito di reciproco rispetto e collaborazione.

Ciascun Esponente Aziendale e Collaboratore:

- a) deve fornire apporti professionali adeguati alle responsabilità assegnate;

- b) deve agire in modo da tutelare il prestigio e la reputazione della Società;
- c) non può sfruttare nella vita sociale la posizione che ricopre per ottenere vantaggi economici o di qualsivoglia genere ovvero utilità che non gli spettino.

2.4 Imparzialità

RAI esclude ogni discriminazione di età, sesso, orientamento sessuale, condizioni personali e sociali, razza, lingua, nazionalità, opinioni politiche e sindacali e credenze religiose nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi interlocutori aziendali (rapporti con gli azionisti, gestione del personale ed organizzazione del lavoro, relazioni con i clienti, selezione e gestione dei fornitori, rapporti con la comunità e le relative istituzioni che la rappresentano).

RAI ha l'obbligo di esercitare una sorveglianza costante sull'imparzialità e sull'equità della propria programmazione, assicurando la pronta disponibilità a rendere ragione delle sue scelte ed a rettificare senza indugio le eventuali lacune o inesattezze.

2.5 Correttezza in caso di conflitti di interessi

Devono essere sempre evitate situazioni, nello svolgimento delle attività, in cui i soggetti coinvolti in qualsivoglia operazione aziendale siano in conflitto di interesse. Con ciò si intende sia il caso in cui un Esponente Aziendale o Collaboratore persegua un interesse diverso dalla missione di RAI o si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari dell'impresa, sia il caso in cui i rappresentanti dei clienti, dei fornitori o delle istituzioni pubbliche agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione.

A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, costituiscono conflitto di interessi:

- a) la strumentalizzazione della propria posizione funzionale per la realizzazione di interessi contrastanti con quelli della Società;
- b) l'utilizzazione delle informazioni su programmazione e/o palinsesto anche in ambito giornalistico, acquisite in ragione od in occasione del proprio lavoro a vantaggio proprio e/o di terzi e/o a danno della Società;

- c) la conclusione di contratti o l'avvio di trattative che abbiano come controparte familiari o soci dei Destinatari del Codice, salva espressa e motivata autorizzazione in deroga degli organi competenti.

Inoltre:

- d) nessun Destinatario del presente Codice dovrà, direttamente o tramite familiari, amici o intermediari, acquisire un interesse in un fornitore, cliente o concorrente della Società, con l'eccezione dell'acquisto di azioni di clienti, fornitori o concorrenti su una Borsa Valori pubblica, e ciò solo in misura tale da non influire significativamente sugli affari dei predetti soggetti e da non rendere il Destinatario eccessivamente soggetto alle loro fortune finanziarie;
- e) nessun dipendente dovrà accettare incarichi incompatibili in base alla normativa aziendale, senza prima averne ottenuto l'autorizzazione dal Direttore Generale di RAI, e comunque non potranno essere assunti incarichi o iniziative che risultino in contrasto con i valori morali e materiali di RAI;
- f) i dipendenti che abbiano accettato candidature elettorali devono darne comunicazione immediata all'Azienda e da quel momento (e fino alla chiusura dei seggi) devono essere collocati in ferie o in aspettativa non retribuita; analogamente, per i lavoratori autonomi si procederà alla sospensione del rapporto. In caso di assunzione di cariche pubbliche elettive sovranazionali, nazionali o locali ovvero di incarichi in organizzazioni di partito, è fatto divieto, per tutta la durata del mandato, di curare e/o condurre trasmissioni radiofoniche e/o televisive. Altresì, in caso di assunzione in via elettiva delle stesse cariche pubbliche di cui sopra, si osserverà il generale divieto di presenza nelle trasmissioni radiofoniche e/o televisive RAI, salvo il soddisfacimento di esigenze correlate alla completezza e all'imparzialità;
- g) in occasione della presentazione di libri di Esponenti Aziendali, gli autori non dovranno essere penalizzati sul piano dell'informazione e della presentazione, ma i Direttori di Rete e Testata dovranno attenersi a criteri di sobrietà e misura, evitando anche collocazioni orarie eccezionali; sono,

inoltre, da evitare, altresí, le iniziative di autopromozione da parte di dipendenti RAI che conducono programmi, anche ospitando personaggi ed illustrando storie che sono oggetto di loro pubblicazioni;

- h) i Destinatari del presente Codice si impegnano a non trattare obbligazioni o titoli societari nel periodo in cui sono in possesso di informazioni relative al prezzo di detti titoli od obbligazioni, quando le informazioni non sono pubblicamente divulgate, né dovranno passare informazioni ad altre parti.

2.6 Riservatezza

RAI riconosce il valore della riservatezza (vedi *infra*, punto 8) quale principio etico di riferimento.

2.7 Trasparenza e correttezza nella gestione delle attività e nell'informazione, registrazione e verificabilità delle operazioni

Tutte le azioni, le operazioni, le negoziazioni e, in genere, i comportamenti posti in essere nello svolgimento dell'attività lavorativa, devono essere improntati alla massima correttezza gestionale, alla completezza e trasparenza delle informazioni, alla legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale ed alla chiarezza e verità dei riscontri contabili, secondo le norme vigenti e le procedure interne, e devono essere assoggettabili a verifica.

Tutti i Destinatari del Codice sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che gli interlocutori aziendali siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti.

Tutte le azioni e le operazioni della società devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e di svolgimento. Per ogni operazione vi deve essere 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.

2.8 Diligenza e orrettezza nella negoiazione ed esecuzione dei contratti

Nella formulazione dei contratti da concludere, RAI avrà cura di specificare in modo chiaro e comprensibile alla controparte i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste.

I contratti con i terzi e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti.

2.9 Lealtà nella concorrenza

RAI intende tutelare il valore della concorrenza leale, astenendosi da comportamenti ingannevoli, collusivi e di abuso di posizione dominante.

2.10 Valore delle risorse umane ed integrità della persona

Il valore supremo della persona umana è riconosciuto da RAI che si impegna non solo a garantire, ma anche a svilupparne i diritti inviolabili.

Per quanto precede, l'immagine della donna non deve rispondere a stereotipi riduttivi o strumentali.

Particolare attenzione è, inoltre, prestata nell'esercizio dell'attività alla tutela dei bambini e degli adolescenti: RAI considera primario il diritto del minore alla riservatezza, all'onore e alla reputazione. I dipendenti ed i Collaboratori sono un fattore indispensabile per il successo della Società. Per questo motivo, RAI tutela e promuove il valore delle risorse umane, allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio delle competenze possedute da ciascun Collaboratore. RAI garantisce, altresì, l'integrità fisica e morale dei suoi dipendenti e Collaboratori, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e delle convinzioni ed opinioni personali, nonché ambienti di lavoro sicuri e salubri.

2.11 Collaborazione, reciproco rispetto nei rapporti di lavoro

I rapporti tra i dipendenti e i Collaboratori, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri di correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto.

Nella sottoscrizione e gestione dei rapporti contrattuali che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche - in special modo con dipendenti e Collaboratori - l'autorità deve essere esercitata

2.12 Qualità dei prodotti e dei servizi

con equità e correttezza, evitando ogni abuso.

In particolare, RAI garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità ed autonomia del dipendente o Collaboratore e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei singoli apporti.

RAI orienta la propria attività alla soddisfazione e alla tutela degli utenti, tenendo nella massima considerazione le richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi.

Inoltre, nella sua attività di Servizio Pubblico, RAI assume di dover essere attraversata orizzontalmente dal concetto di qualità, intendendosi per tale la costante ispirazione al sistema di valori in cui RAI si riconosce e la capacità di tradurlo in prodotti e servizi efficaci, interessanti e di buon gusto.

Per questi motivi, essa indirizza le proprie attività di ricerca, sviluppo e commercializzazione ad elevati standard di qualità dei propri prodotti e servizi.

L'informazione svolta dal Servizio Pubblico deve distinguersi per la qualità del messaggio, oltre che per la scelta dei contenuti. La rappresentazione di atti di violenza fine a se stessa non è mai ritenuta giustificabile; qualora essa, in particolari contesti, si renda necessaria per una migliore comprensione della notizia, tale rappresentazione sarà limitata al massimo e si eviteranno in ogni caso i particolari più efferati.

Il Servizio Pubblico deve caratterizzare la propria programmazione anche con la correttezza del linguaggio e con il comportamento di chi vi partecipa. La lingua italiana deve avere difesa efficace.

Ai programmi di intrattenimento si applicano i medesimi principi di correttezza, responsabilità sociale, buon gusto e rispetto delle opinioni degli utenti, della loro età, del loro sesso, della loro cultura, del loro credo religioso e delle diverse condizioni sociali che devono ispirare l'intera attività di RAI.

RAI provvede al monitoraggio costante della corrispondenza delle trasmissioni ai principi informativi del Servizio Pubblico.

2.13 Responsabilità verso la collettività

2.13.1 *In generale*

RAI nel suo ruolo di operatore nel settore del Servizio Pubblico radiotelevisivo è consapevole della propria responsabilità nei confronti della collettività e si adopera per una vigile attenzione ed un rispetto autentico di quei valori di completezza, di imparzialità e di obiettività posti a fondamentale garanzia di un'ampia e corretta circolazione delle informazioni e delle idee. RAI è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale da parte delle comunità in cui opera.

Per questo motivo, la Società intende condurre i suoi investimenti e la sua produzione in maniera corretta, trasparente, ambientalmente sostenibile e rispettosa delle leggi vigenti in materia di diritto alla salute, e sostenere iniziative di valore culturale e sociale al fine di ottenere un miglioramento della propria reputazione e accettazione sociale.

2.13.2 *Nelle trasmissioni di servizio*

Nelle trasmissioni di servizio, riservate agli interessi ed ai diritti di determinate fasce di cittadini, RAI si impegna a riservare loro un adeguato spazio.

In particolare, nelle trasmissioni di intrattenimento e di informazione deve trovare uno spazio adeguato la cultura dell'inserimento e della integrazione sociale dei disabili, con sensibilizzazione del pubblico ai problemi della disabilità e del disadattamento sociale.

2.13.3 *Tutela dei minori*

RAI, nel ravvisare che l'utenza è costituita anche da minori, si impegna a uno scrupoloso rispetto della normativa primaria e secondaria vigente a tutela dei minori.

RAI, in particolare, si impegna a proteggere i bambini e gli adolescenti per attuare il diritto all'educazione e ad un'adeguata crescita umana, preordinando il maggiore interesse del minore ad ogni altro interesse; in particolare, nelle trasmissioni rivolte ai minori si impegna:

- a) a tutelare la personalità del minore in modo che sia tutelata la sua specificità come persona di divenire, prevalendo su tutto il suo interesse ad un regolare processo di maturazione;
- b) a non strumentalizzare la partecipazione di minori alle proprie trasmissioni e ad assicurare che essa avvenga sempre con il massimo rispetto della loro persona e dei loro diritti;
- c) a migliorare ed elevare la qualità delle trasmissioni televisive destinate agli stessi, anche attraverso la protezione da informazioni o materiali dannosi per il loro benessere, nonchè da qualsiasi forma di violenza, danno, abuso e sfruttamento, effetto di suggestione, che in qualsivoglia modo possano nuocere al loro sviluppo psichico e morale, riservando fasce orarie protette ed assicurando il controllo della programmazione e puntuali informative preventive per sequenze e/o situazioni che possano creare turbamento ad un pubblico non adulto;
- d) ad aiutare gli adulti, le famiglie e i minori ad un uso corretto ed appropriato delle trasmissioni televisive, tenendo conto delle esigenze del bambino, sia rispetto alla qualità che alla quantità; ciò per evitare il pericolo di una dipendenza dalla televisione e di limitazione dei modelli televisivi, per consentire una scelta critica dei programmi;
- e) a collaborare col sistema scolastico per educare i minori ad una corretta ed adeguata alfabetizzazione televisiva, anche con il supporto di esperti del settore;
- f) ad assegnare alle trasmissioni per minori personale appositamente preparato e di alta qualità;
- g) a sensibilizzare in maniera specifica il pubblico del disagio psichico in età evolutiva, in maniera di aiutare e non ferire le esigenze dei minori in queste condizioni;
- h) a sensibilizzare ai problemi dell'infanzia, tutte le figure professionali coinvolte nella preparazione dei palinsesti o delle trasmissioni, nelle forme ritenute opportune da ciascuna Impresa televisiva.

2.13.4 Italiani all'estero

RAI riconosce come proprio dovere primario anche quello di favorire la conoscenza della lingua e della cultura italiana nel

mondo, nonché di tenere vivo e aperto il rapporto degli italiani all'estero, grazie a trasmissioni che portino nelle loro case notizie e immagini del loro Paese.

2.14 Tutela ambientale

L'ambiente è un bene primario che RAI si impegna a salvaguardare; a tal fine programma le proprie attività ricercando un equilibrio tra iniziative economiche e imprescindibili esigenze ambientali, in considerazione dei diritti delle generazioni future, non solo nel rispetto della normativa vigente, ma anche tenendo conto dello sviluppo della ricerca scientifica e delle migliori esperienze in materia.

3. RAPPORTI CON I TERZI

3.1 Criteri di condotta negli affari

I rapporti di affari instaurati da RAI si ispirano ai principi di lealtà, correttezza, trasparenza, efficienza ed apertura al mercato. Gli Esponenti Aziendali ed i Collaboratori, nel porre in essere azioni che possano essere in qualche modo riconducibili a RAI, dovranno seguire comportamenti corretti negli affari di interesse della Società, indipendentemente dalla competitività del mercato e dalla importanza dell'affare trattato. Pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette e/o tramite terzi, di vantaggi personali e di carriera per sé o per altri, sono proibiti.

In particolare, è fatto espresso divieto ai Destinatari del Codice di:

- a) concedere o ricevere alcuna forma di corrispettivo o qualsivoglia altra utilità per l'esecuzione di un atto d'ufficio o contrario ai doveri d'ufficio;
- b) dare o ricevere, sotto alcuna forma, sia diretta che indiretta, regali, omaggi, ospitalità, salvo che il valore degli stessi sia tale da non compromettere l'immagine aziendale;
- c) subire o esercitare forme di condizionamento, per l'assunzione di decisioni e/o l'esecuzione di atti relativi alla propria attività lavorativa.

L'Esponente Aziendale o il Collaboratore che riceva omaggi, o altra forma di benefici, non direttamente ascrivibili a normali

relazioni di cortesia, dovrà assumere ogni opportuna iniziativa al fine di rifiutare detto omaggio o beneficio ed informarne il proprio superiore e/o il Comitato Etico.

Nell'espletamento delle proprie funzioni e/o prestazioni lavorative ciascun Esponente Aziendale o Collaboratore dovrà astenersi dallo svolgere attività che non siano nell'interesse di RAI.

In ogni caso, i dipendenti ed i Collaboratori della Società devono evitare tutte le situazioni e le attività in cui si possa manifestare un conflitto con gli interessi aziendali o che possano interferire con la loro capacità di assumere in modo imparziale decisioni nel migliore interesse dell'impresa e nel pieno rispetto delle norme di legge e del presente Codice, tenendo presente, in particolare, l'esemplificazione delle situazioni che costituiscono conflitto di interesse contenuta nel precedente paragrafo 2.5.

3.2 Rapporti con i clienti e gli utenti

RAI persegue il proprio successo di impresa sui mercati attraverso l'offerta di prodotti e servizi di qualità a condizioni competitive, nel rispetto di tutte le norme poste a tutela della leale concorrenza. RAI, pur riconoscendo che l'apprezzamento di chi richiede prodotti o servizi è di primaria importanza per il suo successo di impresa, ritiene comunque preminente il rispetto del proprio ruolo di Servizio Pubblico radiotelevisivo, riconoscendo quali compiti prioritari nell'erogazione dei propri servizi: garantire la libertà, il pluralismo, l'obiettività, la completezza, l'imparzialità e la correttezza dell'informazione; favorire la crescita civile ed il progresso sociale; promuovere la cultura, l'istruzione e la lingua italiana; salvaguardare l'identità nazionale, regionale e locale; garantire servizi di utilità sociale; estendere alla collettività i vantaggi delle nuove tecnologie trasmissive; assicurare, inoltre, una programmazione equilibrata e varia in grado di mantenere il livello di ascolto idoneo per l'adempimento delle funzioni e garantire il raggiungimento della qualità dell'offerta nell'insieme dei generi della programmazione. È fatto obbligo ai Destinatari del presente Codice Etico di:

- a) rispettare le norme sancite nell'ambito del *Contratto di Servizio e nella Carta dei doveri e degli obblighi degli operatori del Servizio Pubblico*;

- b) rispettare i principi stabiliti nel *Codice di autoregolamentazione tv e minori*;
- c) osservare le procedure interne per la gestione dei rapporti con i clienti;
- d) fornire, nei limiti delle previsioni contrattuali, prodotti e servizi di alta qualità che soddisfino o superino le ragionevoli aspettative dell'utente e del cliente in genere;
- e) fornire accurate, veritiere ed esaurienti informazioni circa prodotti e servizi offerti, in modo che l'utente ed il cliente in genere possano assumere decisioni consapevoli.

3.3 Rapporti con i fornitori

Nei rapporti di appalto, di approvvigionamento e, in genere, di fornitura di beni e/o servizi è fatto obbligo ai Destinatari del Codice di:

- a) osservare le normative interne per la selezione e la gestione dei rapporti con i fornitori, non precludendo ad alcuna azienda fornitrice in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere per aggiudicarsi una fornitura alla RAI;
- b) adottare nella selezione criteri di valutazione oggettivi, secondo modalità dichiarate e trasparenti;
- c) ottenere la collaborazione dei fornitori nell'assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze dei clienti della RAI in termini di qualità, costi e tempi di erogazione del servizio, in misura almeno pari alle loro aspettative;
- d) esigere il rispetto degli obblighi che riguardano direttamente la loro attività;
- e) ispirarsi ai principi di correttezza e buona fede nella corrispondenza e nel dialogo con i fornitori, in linea con le più rigorose pratiche commerciali.

3.4 Rapporti con i Collaboratori

Ai Collaboratori (consulenti, intermediari, agenti, intrattenitori televisivi e radiofonici, attori, ospiti, ecc.) viene chiesto di attenersi ai principi contenuti nel Codice.

Gli accordi con i Collaboratori - che includeranno l'impegno degli stessi a non effettuare pagamenti impropri - dovranno essere

redatti nelle forme previste dalla normativa interna, comunque per iscritto, e dovranno essere stipulati prima dell'inizio dell'attività.

A tale scopo ogni Esponente Aziendale, in rapporto alle proprie funzioni, curerà di:

- a) osservare le norme, i principi e le procedure interne per la selezione e la gestione del rapporto con i Collaboratori;
- b) selezionare solo persone e imprese qualificate e con buona reputazione, fatte salve particolari esigenze di programmazione, osservando la normativa al riguardo;
- c) tenere conto adeguatamente delle indicazioni negative provate di qualunque provenienza circa l'opportunità di utilizzare determinati Collaboratori;
- d) includere nei contratti di collaborazione esterna l'obbligazione espressa di attenersi al presente Codice e stabilire adeguate sanzioni per la sua violazione, quali ad esempio, la risoluzione del contratto.

In ogni caso, il compenso da corrispondere dovrà essere esclusivamente commisurato alla prestazione indicata in contratto e, comunque, alle capacità professionali e all'effettiva prestazione eseguita; dovrà, inoltre, essere supportato da idoneo giustificativo (fattura, etc.), propriamente canalizzato e debitamente registrato. I pagamenti non potranno mai essere effettuati ad un soggetto diverso dalla controparte contrattuale né in un Paese terzo diverso da quello delle parti o di esecuzione del contratto.

3.5 Rapporti istituzionali

Nei rapporti con le Istituzioni dello Stato, sovranazionali o internazionali, RAI si impegna a rappresentare gli interessi e le posizioni della Società in maniera trasparente, rigorosa e coerente, evitando atteggiamenti di natura collusiva.

Al fine di garantire la massima chiarezza e trasparenza, i contatti con gli interlocutori istituzionali sono tenuti esclusivamente dalle aree funzionali e dalle responsabilità aziendali a ciò deputate.

In ordine ad omaggi e atti di cortesia nei confronti delle Istituzioni Pubbliche, vale quanto sarà detto al paragrafo 4.2..

3.6 Rapporti con organizzazioni sociali

RAI considera di importanza strategica lo sviluppo ed il mantenimento del dialogo con le associazioni rappresentative degli interessi dei propri interlocutori aziendali, al fine di realizzare una cooperazione nel rispetto dei reciproci interessi, presentare le posizioni della Società e prevenire possibili situazioni di conflitto. RAI è pertanto orientata, ove possibile, ad una condotta ispirata all'informazione ed al coinvolgimento delle associazioni di categoria più qualificate e rappresentative degli interessi delle diverse classi di interlocutori aziendali.

3.7 Pubblicità

La pubblicità non deve in nessun modo violare o porsi in contrasto con la legge e deve essere responsabilmente diffusa nel rispetto anche del Codice di autodisciplina pubblicitaria e del Codice Deontologico RAI (ricompreso nella Guida per la realizzazione della pubblicità diffusa da RAI).

In particolare, la pubblicità deve essere leale, onesta, veritiera e corretta, riconoscibile come tale e non ingannevole, non deve contenere elementi suscettibili di offendere le convinzioni morali, civili, religiose e politiche del pubblico ovvero il sentimento di appartenenza a gruppi etnici, razze, nazionalità, categorie sociali o professionali, evitando ogni discriminazione tra i sessi e nel rispetto della dignità della persona umana ed, inoltre, non deve essere inserita nei cartoni animati destinati ai bambini o durante le trasmissioni di funzioni religiose.

E' assolutamente vietata la pubblicità clandestina, indiretta o che comunque utilizzi tecniche subliminali.

3.8 Contributi e sponsorizzazioni

RAI testimonia il proprio impegno, favorendo le attività *no profit*, per la soddisfazione degli interessi diffusi meritevoli di apprezzamento sotto il profilo etico, giuridico e sociale, delle comunità in cui opera. Le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, sono destinate solo a eventi che offrano garanzia di qualità o per i quali RAI possa collaborare alla progettazione in modo da garantirne originalità ed efficacia. Nella scelta delle proposte cui aderire deve essere, in ogni caso,

prestata particolare attenzione ad ogni possibile conflitto di interesse di natura personale o aziendale. Per garantire coerenza ai contributi ed alle sponsorizzazioni effettuate, la loro gestione sarà regolata da un'apposita procedura.

3.9 Rapporti con gli altri media

L'informazione verso l'esterno è improntata ai principi di chiarezza, trasparenza e tempestività.

Per garantire completezza e coerenza delle informazioni provenienti dalla Società, i rapporti con gli altri media sono riservati esclusivamente alle aree funzionali ed alle responsabilità aziendali a ciò deputate e devono essere intrattenuti nel rispetto della politica di comunicazione definita dalla Società.

I singoli Esponenti Aziendali e Collaboratori, pertanto, non possono fornire informazioni agli altri media, né impegnarsi a fornirle, senza l'autorizzazione - ove richiesta - delle funzioni competenti. In particolare, i dipendenti ed i Collaboratori devono astenersi da dichiarazioni pubbliche che possano risultare lesive dell'immagine della Società. Pertanto, qualunque dichiarazione deve essere preventivamente trasmessa all'Ufficio Stampa, quale organo istituzionalmente deputato ai fini della tutela e della rappresentazione dell'attività di RAI medesima, che provvede a determinare e coordinare le modalità di diffusione.

I Destinatari del Codice non possono in alcun modo offrire pagamenti, regali o qualsiasi altro vantaggio o utilità finalizzato ad influenzare l'attività degli altri media.

4. RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

4. 1 Criteri generali di comportamento nei rapporti con la Pubblica Amministrazione

I Destinatari del presente Codice devono operare in modo conforme alla legge e all'etica nei rapporti con la Pubblica Amministrazione sia di carattere commerciale che amministrativo e devono astenersi dal porre in essere o dal tentare di porre in essere comportamenti che potrebbero integrare fattispecie di reato, con particolare

riguardo ai reati nei rapporti con la Pubblica Amministrazione di cui al D.Lgs. n. 231/2001.

Ai fini del presente Codice, per Pubblica Amministrazione si deve intendere qualsiasi ente pubblico, agenzia amministrativa indipendente, persona, fisica o giuridica, che agisce in qualità di pubblico ufficiale o in qualità di incaricato di un pubblico servizio, sia in Italia che all'estero.

Quando è in corso una qualsiasi trattativa d'affari, richiesta o rapporto con la Pubblica Amministrazione, il personale incaricato non deve cercare di influenzare impropriamente le decisioni della controparte, comprese quelle dei funzionari che trattano o prendono decisioni per conto della Pubblica Amministrazione.

4. 2 Omaggi, regali e benefici

Con riferimento ai criteri di comportamento sopra indicati, si precisa che omaggi, regali o benefici sotto qualsiasi forma offerti, promessi od effettuati alla Pubblica Amministrazione, a persone fisiche o giuridiche che agiscono alle dipendenze o per conto della Pubblica Amministrazione o a loro familiari, direttamente o per il tramite di intermediari, ovvero anche illecite pressioni effettuate sugli stessi, per indurre, facilitare o remunerare una decisione, il compimento di un atto d'ufficio o contrario ai doveri d'ufficio della Pubblica Amministrazione sono tassativamente vietati.

Sono altresì tassativamente vietate le stesse condotte poste in essere per favorire o danneggiare una parte in un processo civile, penale o amministrativo, e arrecare un vantaggio diretto o indiretto alla Società.

Qualora Esponenti Aziendali o Collaboratori ricevano richieste esplicite o implicite di benefici di qualsiasi natura da parte della Pubblica Amministrazione ovvero da parte di persone fisiche o giuridiche che agiscono alle dipendenze o per conto della stessa Pubblica Amministrazione, devono immediatamente sospendere ogni rapporto e informarne il superiore diretto e/o il Direttore Generale (anche attraverso la Commissione stabile di cui al punto 1.5) ovvero l'Organismo di Vigilanza istituito ai sensi del D.Lgs. 231/2001 ed eventualmente le autorità competenti.

I Destinatari del presente Codice non devono eludere le prescrizioni

sopra indicate ricorrendo a forme diverse di aiuti, contribuzioni che, sotto veste di sponsorizzazioni, incarichi, consulenze, pubblicità, etc., abbiano le stesse finalità vietate dalle presenti norme.

Le precedenti disposizioni non si applicano a spese di rappresentanza ordinarie e ragionevoli o ad omaggi di modico valore che corrispondono alle normali consuetudini nelle relazioni.

L'elargizione di qualsiasi omaggio, regalo o beneficio consentito deve essere sempre supportata da un giustificativo scritto, accompagnato da una dichiarazione sull'identità del beneficiario e debitamente registrato.

Nei Paesi in cui è nel costume offrire doni a clienti od altri, è possibile agire in tal senso ove tali doni siano di natura appropriata e di modico valore, e comunque, entro i limiti di cui sopra, e sempre nel rispetto delle leggi. Ciò non deve comunque mai essere interpretato o interpretabile come una ricerca di favori. In tal caso, della tipologia dell'omaggio e dell'identità del Destinatario deve essere mantenuta evidenza, che deve essere oggetto di specifico esame da parte dell'Organismo di Vigilanza.

Le funzioni aziendali competenti devono informare l'Organismo di Vigilanza dell'avvio dei più significativi contatti operativi della Società con la Pubblica Amministrazione o con persone fisiche o giuridiche che agiscono alle dipendenze o per conto di questa, nonché del proseguimento e conclusione delle attività medesime.

4. 3 Contributi e finanziamenti

E' fatto tassativo divieto indurre lo Stato o un Ente Pubblico o l'Unione Europea in errore, con artifici o raggiri, per procurare alla Società un ingiusto profitto con altrui danno. Il profitto ingiusto può essere diretto o indiretto e comprendere anche contributi, finanziamenti, altre erogazioni comunque denominate concesse dallo Stato, da un Ente Pubblico o dall'Unione Europea. E' altresì fatto tassativo divieto di:

- a) utilizzare o presentare dichiarazioni o documenti falsi o attestanti cose non vere, ovvero omettere informazioni dovute, per conseguire contributi, finanziamenti, o altre erogazioni comunque denominate concesse dallo Stato, da un Ente Pubblico o dall'Unione Europea;

- b) destinare contributi, finanziamenti, o altre erogazioni comunque denominate, concesse dallo Stato, da un Ente Pubblico o dall'Unione Europea, ad iniziative diverse da quelle dirette alla realizzazione di opere od allo svolgimento di attività di pubblico interesse per il quale sono state ottenute.

E' vietato tassativamente alterare in qualsiasi modo il funzionamento di un sistema informatico o telematico o intervenire illegalmente con qualsiasi modalità su dati, informazioni o programmi contenuti in un sistema informatico o telematico o ad esso pertinente a danno dello Stato o di un Ente Pubblico o dell'Unione Europea. Per "sistema informatico" s'intende un complesso di apparecchiature destinate a compiere una qualsiasi funzione utile alle persone, attraverso l'utilizzazione (anche parziale) di tecnologie informatiche.

5. TRASPARENZA DELLA CONTABILITÀ E CONTROLLI INTERNI

5.1 Trasparenza verso il mercato

RAI si propone il perseguimento della propria missione, garantendo, allo stesso tempo, la completa trasparenza degli orientamenti intrapresi.

Tutta l'informativa esterna d'impresa di RAI è non solo improntata al mero rispetto dei disposti normativi, ma si caratterizza anche per la chiarezza del linguaggio adottato, l'eshaustività, la tempestività e la neutralità nei confronti di tutti gli interlocutori aziendali.

5.2 Registrazioni contabili

La trasparenza contabile si fonda sui principi della verità, correttezza e completezza dell'informazione di base per le relative registrazioni contabili.

Tutti i dipendenti di RAI hanno il compito di operare affinché i fatti amministrativi siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità.

Ogni operazione deve essere registrata e accompagnata da un'opportuna documentazione di supporto, al fine di consentire:

- a) l'agevole rilevazione contabile;

- b) la determinazione dei diversi livelli di responsabilità;
- c) la ricostruzione accurata dell'operazione, anche allo scopo di ridurre la possibilità di errori interpretativi.

Ciascuna rilevazione deve corrispondere esattamente a ciò che risulta dalla documentazione di supporto. I dipendenti sono tenuti a collaborare affinché la documentazione sia facilmente rinvenibile e ordinata secondo criteri logici.

Qualsiasi Destinatario interno all'Azienda venisse a conoscenza di omissioni, falsificazioni, trascuratezze della contabilità o della documentazione su cui le registrazioni contabili si fondano, dovrà informare i propri superiori (affinchè ne giunga prontamente notizia al responsabile dell'Area Amministrativa) o direttamente il Direttore Generale (anche attraverso la Commissione stabile di cui al punto 1.5) di quanto riscontrato nell'esercizio delle proprie funzioni.

5.3 Controlli interni

E' orientamento preciso di RAI sviluppare e diffondere ad ogni livello organizzativo una cultura caratterizzata dalla consapevolezza dell'esistenza dei controlli e dalla assunzione di una mentalità orientata all'esercizio del controllo. L'attitudine verso i controlli appare, infatti, indispensabile per il contributo che essi offrono al miglioramento dell'efficienza.

Il sistema di controllo interno è l'insieme dei processi diretti a monitorare l'efficienza delle operazioni aziendali, l'affidabilità dell'informazione finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti, la salvaguardia dei beni aziendali, il perseguimento dei prefissati obiettivi strategici.

Tutti i livelli della struttura organizzativa di RAI sono coinvolti a vario titolo nella realizzazione di un sistema di controllo interno efficace; conseguentemente tutti i dipendenti RAI, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo.

In particolare, il sistema di controllo si articola nell'ambito di RAI in due distinte tipologie di attività:

(a) il "controllo di linea", costituito dall'insieme delle attività di controllo che le singole unità operative o società appartenenti al Gruppo RAI svolgono sui propri processi. Tali attività di controllo sono affidate alla responsabilità primaria del management operativo

e sono considerate parte integrante di ogni processo aziendale. Oltre a realizzare, aggiornare e mantenere il sistema di controllo interno, il management aziendale è tenuto a diffondere la “cultura del controllo”, facendone partecipi i propri Collaboratori.

(b) *l'internal auditing*, funzione attribuita ad un responsabile specificamente competente, finalizzata a vigilare sistematicamente sull'operatività e sull'adeguatezza dei controlli di linea, formulando proposte o raccomandazioni per gli eventuali miglioramenti da apportare ai fini di una sempre maggiore efficacia ed efficienza dei controlli stessi.

Ogni Società del Gruppo provvede ad assicurare la funzionalità e l'adeguatezza del sistema di controllo interno, attraverso la funzione di *internal auditing* di RAI.

6. TUTELA DEL CAPITALE SOCIALE, DEI CREDITORI E DEL MERCATO

Uno degli aspetti centrali che qualificano eticamente la condotta di RAI e contribuiscono a costruirne ed accrescerne la reputazione e l'affidabilità è costituito dal rispetto di principi di comportamento intesi a garantire l'integrità del capitale sociale, la tutela dei creditori e dei terzi che instaurano rapporti con l'Azienda, il regolare andamento del mercato e, in genere, la trasparenza e la correttezza dell'attività di RAI sotto il profilo economico e finanziario.

Tali valori sono tutelati anche da norme penali, che, ai sensi del D.Lgs. 231/01, possono costituire fonte di responsabilità anche per l'Azienda, ove le fattispecie di reato siano realizzate nell'interesse della società stessa.

RAI, pertanto, intende garantire la diffusione e l'osservanza di principi di comportamento intesi alla salvaguardia dei predetti valori, anche al fine di prevenire la commissione dei reati contemplati dal D. Lgs. 231/2001.

A tal fine, è posto l'espreso divieto a carico degli Esponenti Aziendali e dei Collaboratori dell'Azienda di:

a) porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione

di comportamenti tali da integrare le fattispecie di reato previste dal D.Lgs 231/2001;

- b) porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti che, sebbene risultino tali da non costituire di per sé fattispecie di reato rientranti tra quelle sopra considerate, possano potenzialmente diventarlo.

La concreta tutela dei valori etici sopra indicati nell'ambito dell'attività aziendale e la prevenzione dei reati si fonda sull'osservanza dei principi di comportamento qui di seguito descritti, ai quali si informano anche le procedure aziendali in materia.

6.1 Comunicazioni sociali, prospetti e relazioni

Tutti gli Esponenti Aziendali ed i Collaboratori dell'Azienda sono tenuti a tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e delle procedure aziendali interne, in tutte le attività finalizzate alla formazione del bilancio e delle altre comunicazioni sociali previste dalla legge e dirette ai soci o al pubblico, al fine di fornire ai soci ed ai terzi un'informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Azienda. Nell'ambito dei suddetti comportamenti, è fatto divieto, in particolare, di:

- a) rappresentare o trasmettere per l'elaborazione e la rappresentazione in bilancio e nelle altre comunicazioni sociali previste dalla legge, dati mendaci sulle condizioni economiche, patrimoniali e finanziarie dell'Azienda, idonee ad indurre in errore i Destinatari degli stessi;
- b) omettere dati ed informazioni imposti dalla legge sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Azienda, in modo da indurre in errore i Destinatari delle comunicazioni sociali previste dalla legge.

A tal fine, per comunicazioni sociali devono intendersi quelle previste dalla legge e dirette ai soci o al pubblico.

6.2 Integrità del capitale sociale

Tutti gli Esponenti Aziendali ed i Collaboratori della Società sono tenuti ad osservare rigorosamente le norme poste dalla legge a tutela dell'integrità ed effettività del capitale sociale e ad agire sempre nel

rispetto delle procedure interne aziendali che su tali norme si fondano, al fine di non ledere le garanzie dei creditori e dei terzi in genere.

6.3 Regolare funzionamento della Società

RAI assicura il regolare funzionamento dell'Azienda e degli organi sociali, garantendo ed agevolando ogni forma di controllo sulla gestione sociale previsto dalla legge, nonché la libera e corretta formazione della volontà assembleare.

A tal fine, è fatto divieto a tutti i Destinatari del presente Codice di:

- a) porre in essere comportamenti che impediscano materialmente l'attività di controllo o di revisione della gestione sociale da parte del Collegio Sindacale e della società di revisione, mediante l'occultamento di documenti o l'uso di altri mezzi fraudolenti che comunque costituiscano ostacolo allo svolgimento di tali operazioni;
- b) determinare o influenzare l'assunzione delle deliberazioni dell'assemblea, ponendo in essere atti simulati o fraudolenti finalizzati ad alterare il regolare procedimento di formazione della volontà assembleare.

6.4 Tutela delle funzioni di vigilanza

RAI non consente che si dia luogo ad azioni od omissioni che possano costituire ostacolo allo svolgimento delle funzioni delle Autorità pubbliche di vigilanza preposte ai settori di attività in cui opera la Società.

A tal fine, è imposto a tutti gli Esponenti Aziendali ed ai Collaboratori dell'Azienda di effettuare con tempestività, correttezza e buona fede tutte le comunicazioni previste dalla legge e dai regolamenti nei confronti delle Autorità pubbliche di vigilanza, non frapponendo alcun ostacolo all'esercizio delle funzioni da queste esercitate.

Nell'ambito dei suddetti comportamenti, non è, in particolare, consentito:

- a) omettere di effettuare, con la dovuta qualità e tempestività, tutte le segnalazioni periodiche previste dalle leggi e dalla normativa di settore nei confronti delle Autorità Pubbliche di Vigilanza cui è soggetta l'attività aziendale, nonché la trasmissione dei dati e documenti previsti dalla normativa e/o specificamente richiesti dalle predette Autorità;

- b) esporre nelle predette comunicazioni e trasmissioni fatti non rispondenti al vero, ovvero occultare fatti rilevanti, in relazione alle condizioni economiche, patrimoniali o finanziarie dell'Azienda;
- c) porre in essere qualsiasi comportamento che sia di ostacolo all'esercizio delle funzioni di vigilanza anche in sede di ispezione da parte delle Autorità pubbliche di Vigilanza (espressa opposizione, rifiuti pretestuosi, o anche comportamenti ostruzionistici o di mancata collaborazione, quali ritardi nelle comunicazioni o nella messa a disposizione di documenti).

7. POLITICHE DEL PERSONALE

7.1 Risorse umane

Le risorse umane rappresentano una componente indispensabile per l'esistenza, lo sviluppo ed il successo di un'impresa.

RAI è impegnata a sviluppare le capacità e le competenze dei propri dipendenti, affinché la professionalità e l'impegno che essi profondono diventino valori determinanti per il conseguimento degli obiettivi aziendali ed affinché il loro potenziale di energia e creatività trovi piena espressione all'interno del contesto in cui essi operano.

I dipendenti di RAI sono tenuti al rispetto dei principi di comportamento contenuti nel presente Codice, nella normativa interna aziendale e nella normativa di categoria emanata per particolari tipologie di lavoratori dipendenti.

In particolare, tutti i lavoratori dipendenti sono tenuti agli obblighi di legge in materia di correttezza, buona fede e diligenza nell'espletamento delle loro mansioni.

Si sottolinea, altresì, che la peculiare natura dell'attività giornalistica impone agli operatori dell'informazione – e soprattutto a quelli del Servizio Pubblico – di prestare sollecita attenzione al livello di autocontrollo deontologico, anche nella valutazione individuale sull'avvio di collaborazioni esterne all'Azienda. Sotto questo profilo, si precisa che tutti i lavoratori sono tenuti ad astenersi da incarichi e attività incompatibili con il loro ruolo all'interno di RAI, o comunque in contrasto con gli interessi morali e materiali della società, secondo le normative aziendali.

RAI promuove la cultura e la politica delle pari opportunità di lavoro, facendo in modo che tutti possano godere di un trattamento equo sulla base delle competenze e delle capacità, senza discriminazione alcuna.

Le funzioni preposte alla gestione del personale dovranno:

- a) individuare ed implementare i criteri basati sul merito e sulla competenza e di natura strettamente professionale per qualunque decisione inerente all'attività dei propri dipendenti, al di fuori, pertanto, di ogni pratica lottizzatoria o di predominio della maggioranza politica ovvero di rivendicazionismo di minoranza;
- b) sviluppare il ricorso a procedure concorsuali e comunque a criteri oggettivi di selezione, assunzione, formazione, retribuzione e gestione dei dipendenti, tali da impedire qualsiasi discriminazione e al fine di garantire il pluralismo delle professionalità;
- c) creare un ambiente di lavoro nel quale le caratteristiche personali non possano costituire il presupposto per discriminazioni di età, sesso, orientamento sessuale, condizioni personali e sociali, razza, lingua, nazionalità, opinioni politiche e sindacali e credenze religiose.

RAI si impegna a salvaguardare l'integrità morale dei dipendenti, assicurando il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Per questo motivo garantisce i lavoratori da atti di violenza psicologica o *mobbing* e osteggia qualsiasi atteggiamento o comportamento contrario al principio del pluralismo o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue inclinazioni.

I dipendenti RAI, ad ogni livello, sono tenuti a collaborare al fine di mantenere in Azienda un clima di reciproco rispetto della dignità, dell'onore e della reputazione di ciascuno, facendosi parti attive per impedire comportamenti interpersonali ingiuriosi o diffamatori.

7.2 Molestie sul luogo di lavoro

RAI esige che nelle relazioni di lavoro, interne ed esterne, non si verifichino molestie, intendendo come tali, a titolo esemplificativo:

- a) l'istituzione di un clima lavorativo intimidatorio, ostile o di isolamento nei confronti di singoli o gruppi di lavoratori;
- b) l'ingiustificata interferenza con l'esecuzione di prestazioni lavorative altrui;
- c) l'ostacolo a prospettive di lavoro individuali altrui per meri motivi di competitività personale.

Non sono ammesse molestie sessuali e devono essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

7.3 Abuso di sostanze alcoliche o stupefacenti

RAI richiede ai propri dipendenti di mantenere l'ambiente di lavoro rispettoso della sensibilità altrui.

Nel corso dell'attività lavorativa e nei luoghi di lavoro verranno, pertanto, reputate consapevoli assunzioni del rischio di pregiudizio di tale situazione ambientale, le seguenti circostanze, anche se realizzate in via occasionale:

- a) prestare servizio sotto gli effetti di sostanze alcoliche, di stupefacenti o sostanze di analogo effetto;
- b) consumare o cedere a qualsiasi titolo sostanze stupefacenti nel corso della prestazione lavorativa.

Gli stati di dipendenza cronica da sostanze di tale natura, ove incidano sulla qualità dell'ambiente di lavoro, saranno – per i riflessi contrattuali – equiparati ai casi precedenti.

RAI si impegna a favorire le azioni sociali previste in materia dalla contrattazione collettiva.

7.4 Diffusione delle politiche del personale

RAI si impegna a diffondere le politiche di gestione del personale presso tutti i dipendenti, attraverso gli strumenti di comunicazione aziendale (intranet, web tv aziendale, documenti organizzativi e comunicazione dei responsabili).

7.5 Doveri del personale

I dipendenti devono agire con correttezza e lealtà al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quelli previsti nel Codice Etico e nelle altre disposizioni aziendali, assicurando le prestazioni richieste.

In relazione ai contesti in cui si trovino ad espletare la propria attività, dipendenti e Collaboratori sono, inoltre, tenuti ad effettuare le più opportune valutazioni al fine di evitare situazioni e comportamenti che possano esporre a nocumento gli interessi e/o l'immagine di RAI.

7.6 Gestione delle informazioni

Il dipendente deve conoscere e attuare quanto previsto dalle politiche aziendali per la tutela della privacy e per garantire l'integrità, la riservatezza e la disponibilità delle informazioni.

Deve redigere i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta.

7.7 Conflitto di interessi

Il dipendente RAI deve evitare situazioni che possono generare conflitto di interessi, secondo quanto previsto nel precedente paragrafo 2.5.

Nel caso in cui si manifesti anche solo il sospetto di un conflitto di interessi il dipendente è tenuto a darne comunicazione al proprio superiore e/o al Direttore Generale (anche attraverso la Commissione stabile di cui al punto 1.5), che ne valuterà, caso per caso, l'effettiva presenza.

7.8 Utilizzo dei beni aziendali

Ogni dipendente che utilizzi beni aziendali deve:

- a) operare con diligenza;
- b) adottare, nel loro utilizzo, comportamenti responsabili e in linea con quanto previsto dalle procedure;
- c) documentare, ove necessario, con precisione il loro impiego;
- d) evitare utilizzi impropri che possano essere causa di danno o di riduzioni di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'impresa.

Ogni dipendente è responsabile della protezione dei beni a lui affidati e deve informare tempestivamente le funzioni competenti di eventuali minacce o eventi dannosi per i beni di proprietà di RAI. RAI si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni e infrastrutture attraverso l'impiego di sistemi contabili, di reporting, di controllo finanziario e di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti.

In particolare, nell'utilizzo di applicazioni informatiche, ogni dipendente è tenuto al rispetto della disciplina interna in tema di utilizzo del collegamento a Internet e di utilizzo della posta elettronica aziendale.

7.9 Omaggi, regali e benefici

Non sono ammesse, in generale, forme di omaggio o regalo, salvo che non eccedano le normali pratiche commerciali o di cortesia. RAI, infatti, si astiene da pratiche non consentite dalla legge, e si attiene agli usi commerciali o ai codici etici – se noti – delle aziende o degli enti con cui ha rapporti.

Ogni omaggio, regalo o beneficio la cui elargizione è consentita dalle procedure interne deve essere sempre supportato da un giustificativo scritto, accompagnato da una dichiarazione sull'identità del beneficiario e debitamente registrato.

I dipendenti di RAI, che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite, sono tenuti a darne comunicazione alla funzione preposta la quale valuterà l'appropriatezza degli stessi e provvederà ad informare il mittente circa la politica di RAI in materia.

Non sono, in ogni caso, consentiti omaggi aziendali tra dipendenti.

8. RISERVATEZZA E TUTELA DELLE INFORMAZIONI

8.1 Tutela della privacy

Il trattamento dei dati personali delle persone fisiche e degli enti va effettuato nel pieno rispetto dei diritti, delle libertà fondamentali, nonché della dignità umana, con particolare riferimento alla riservatezza e all'identità personale, in conformità della vigente legislazione in materia.

In aggiunta a quanto previsto dalla *Carta dei doveri e degli obblighi degli operatori del Servizio Pubblico radiotelevisivo* e dalla *Carta dei diritti e dei doveri del giornalista radiotelevisivo del Servizio Pubblico*, RAI si impegna a non comunicare all'esterno, salvo i casi previsti dalla legge, senza l'autorizzazione degli interessati, le informazioni relative ai propri dipendenti e ai terzi, generate o acquisite durante la propria attività, nonché ad evitare un uso improprio di tali informazioni.

Il diritto di riservatezza degli Esponenti Aziendali e dei Collaboratori è tutelato sulla base di standard che individuano le informazioni che l'impresa può richiedere, nonché le relative modalità di trattamento e conservazione.

8.2 Obbligo alla riservatezza

È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e, in generale, la vita privata.

È, inoltre, fatto divieto, salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato; sono, infine, disciplinate le modalità per il controllo, da parte di ciascun interessato, delle norme a protezione della privacy.

RAI assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal sollecitare presso terzi dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e di conformità alle norme giuridiche vigenti.

Tutte le informazioni, conoscenze, dati acquisiti o elaborati dai dipendenti durante il proprio lavoro appartengono a RAI e non possono essere utilizzati, comunicati o divulgati in mancanza dell'autorizzazione da parte del superiore.

I Destinatari del Codice sono tenuti a conservare assoluta segretezza sugli interessi di RAI e/o delle altre Società del Gruppo RAI e a non utilizzare informazioni riservate sulla Società per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

E' fatto divieto a tutti i Destinatari del Codice di divulgare notizie attinenti all'organizzazione e ai metodi di produzione dell'impresa o di farne uso in modo da poter recare ad essa pregiudizio.

Nella garanzia del diritto all'informazione, viene rispettato il diritto alla riservatezza della persona e non possono essere pubblicate notizie sulla vita privata se non quando siano di interesse pubblico, evitando riferimenti a congiunti o ad altri soggetti non interessati ai fatti.

La divulgazione di notizie di rilevante interesse pubblico o sociale non contrasta con il rispetto della sfera privata quando l'informazione, anche dettagliata, sia indispensabile in ragione dell'originalità del fatto o della relativa descrizione dei modi particolari in cui è avvenuto, nonché della qualificazione dei protagonisti.

La sfera privata delle persone note o che esercitano funzioni pubbliche deve essere rispettata se le notizie o i dati non hanno alcun rilievo sul loro ruolo o sulla loro attività pubblica.

E' tutelato l'anonimato del minore anche in relazione a fatti che

non siano reati (es. adozione), evitando di rivelare particolari che conducano alla sua identificazione, per non incidere sull'armonico sviluppo della sua personalità, a meno che – previo assenso dei genitori e del giudice competente – non si ritenga opportuno diffondere dati personali e immagini nell'interesse del minore medesimo (es.: fuga da casa, rapimento).

9. SALUTE, SICUREZZA E AMBIENTE

RAI svolge le proprie attività in armonia con la legislazione vigente a tutela delle condizioni di lavoro.

RAI, nell'ambito delle proprie attività, è impegnata a diffondere e consolidare la cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi ed utilizzando tutte le risorse necessarie per garantire la sicurezza e la salute dei dipendenti, dei Collaboratori esterni, dei clienti e delle collettività in cui opera. Per tali motivazioni le attività di RAI sono gestite rispettando la normativa vigente in materia di prevenzione, protezione e impatto ambientale, con l'adozione di strumenti di natura tecnica ed organizzativa a presidio della sicurezza e della salute.

Restano fermi i divieti generali di fumare nei luoghi di lavoro, soprattutto ove ciò generi pericolo e comunque negli ambienti di lavoro contraddistinti da apposite indicazioni, secondo le prescrizioni di leggi, regolamenti e della normativa aziendale.

A tal fine, la gestione operativa si fonda su standard avanzati di salvaguardia ambientale, perseguendo il miglioramento delle condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro e le attività di ricerca ed innovazione tecnologica poste in essere o supportate dall'Azienda devono essere finalizzate alla promozione di prodotti e processi sempre più compatibili con l'ambiente e caratterizzati da una sempre maggiore attenzione alla sicurezza e alla salute degli operatori.

Il personale di RAI, nell'ambito delle proprie mansioni, deve partecipare alla prevenzione dei rischi, alla salvaguardia dell'ambiente, alla tutela della salute e della sicurezza nei confronti di sé stessi, dei colleghi e dei terzi.

10. EFFICACIA DEL CODICE E CONSEGUENZE DELLA SUA VIOLAZIONE

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104 del Codice Civile. La violazione delle norme del Codice potrà costituire inadempimento delle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, nel rispetto delle procedure previste dall'art. 7 dello Statuto dei Lavoratori, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

L'osservanza del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai Collaboratori, dagli altri Esponenti Aziendali e dai soggetti aventi relazioni d'affari con RAI. La violazione delle norme del Codice potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla risoluzione del contratto e/o dell'incarico e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

PRINCIPALI FONTI (OLTRE ALLE NORME DI LEGGE IN MATERIA)

- Contratto di servizio
- Carta dei doveri e degli obblighi degli operatori del Servizio Pubblico radiotelevisivo
- Carta dei diritti e dei doveri del giornalista radiotelevisivo del Servizio Pubblico
- Codice di autoregolamentazione TV e minori
- Codice di autodisciplina pubblicitaria e Codice deontologico RAI
- Norme per la regolamentazione degli spazi dedicati dalla RAI alle pubbliche raccolte di fondi, alle campagne "RAI per il sociale" e alle iniziative di sensibilizzazione