



CODICE DI CONDOTTA FORNITORI DI RAI PUBBLICITA'

PER UN APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE

1. Premessa

RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A. (di seguito, in via breve, “Rai”) e le società del Gruppo Rai sono attivamente impegnate nel promuovere lo sviluppo sostenibile, così come definito dai 17 Obiettivi dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite (i “Sustainable Development Goals” o gli “SDGs”)¹, e sono consapevoli che tale impegno potrà risultare più incisivo attivando con gli stakeholder percorsi di collaborazione che portino a processi di creazione di valore condiviso.

In tale ottica, Rai e le società del Gruppo Rai si sono date elevati standard di condotta aziendale, definiti nel proprio Codice Etico, ai quali chiede di conformarsi anche a tutti i soggetti con i quali, a vario titolo, intrattiene rapporti.

Con il presente Codice di Condotta Fornitori di Rai Pubblicità S.p.A. (di seguito anche solo “Codice di Condotta”), Rai Pubblicità medesima si rivolge, più specificatamente, ai propri Fornitori (come nel seguito definiti nel paragrafo 2) con l’intento di precisare meglio le proprie aspettative nei loro confronti su alcune fondamentali questioni di responsabilità che investono ambiti diversi, ma tutti ugualmente cruciali nei processi di approvvigionamento: la sfera dei diritti umani e delle condizioni di lavoro, il tema della salvaguardia dell’ambiente, il tema della sostenibilità digitale, la questione dell’etica nel business e della prevenzione e del contrasto alla corruzione.

Rai Pubblicità richiede dunque ai propri Fornitori di condividere i principi su cui si fonda il presente Codice di Condotta e di impegnarsi ad applicarli come base per un rapporto di fiducia reciproca, e di adoperarsi a loro volta per diffonderli e promuoverli anche presso i propri dipendenti, fornitori, e subfornitori.

2. Ambito di applicazione e destinatari del Codice di Condotta

Fermo restando il rispetto delle specificità normative proprie di ogni ordinamento, il Codice di Condotta ha validità sia in Italia sia all’estero, con gli adattamenti che si rendessero necessari od opportuni in ragione delle diverse realtà dei Paesi in cui Rai Pubblicità si dovesse trovare a operare (anche per il tramite di società di scopo).

Il presente Codice di Condotta è diretto a tutti i soggetti, in qualunque forma costituiti, che svolgono attività di impresa e intrattengono/intendono trattenere rapporti contrattuali con Rai Pubblicità per la realizzazione di lavori/opere e/o la fornitura di beni e/o la prestazione di servizi (di seguito, complessivamente, “Fornitori”).

3. Comportamenti attesi

I Fornitori si impegnano a contribuire attivamente al perseguimento degli obiettivi di sostenibilità del Gruppo Rai di seguito rappresentati attraverso 4 aree tematiche trasversali:

- Diritti Umani e Lavoro;
- Ambiente;
- Sostenibilità Digitale;
- Etica ed Anticorruzione.

¹ Per una visione completa degli SDGs si rimanda al sito <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

I Fornitori si impegnano altresì a condividere le informazioni di natura qualitativa e/o quantitativa afferenti ai profili ambientali, sociali e di governance funzionali anche alla predisposizione della rendicontazione consolidata di sostenibilità Rai ai sensi del D. Lgs. 125/2024 e del Regolamento delegato UE 2023/2772 e successive modifiche.

DIRITTI UMANI E LAVORO

I Fornitori si impegnano al rispetto di tutte le leggi e regolamenti nazionali e internazionali applicabili in materia di diritti umani e condizioni di lavoro, ivi inclusi la Convenzione Fondamentale dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite, le regole e gli standard dei rispettivi settori di attività. A tal fine i Fornitori si impegnano ad adottare, compatibilmente con la normativa agli stessi applicabile e con strumenti adeguati al proprio assetto organizzativo, meccanismi interni che diano ai propri dipendenti la possibilità di segnalare violazioni reali o sospette dei diritti umani.

Con il presente Codice di Condotta, Rai Pubblicità promuove l'adozione di standard etici di comportamento da parte dei Fornitori anche incentivando, mediante meccanismi di premialità, ove compatibili con la normativa applicabile, ed il conseguimento di certificazioni riconosciute da organismi accreditati, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, le certificazioni di responsabilità sociale di impresa (es. SA8000).

Diversità e pari opportunità

I Fornitori si impegnano a promuovere le pari opportunità in linea con l'impegno di Rai di tutelare l'inclusione tra tutte le persone contrastando ogni forma di discriminazione, diretta e indiretta, relativa al genere, rispettando la dignità culturale e professionale di ciascuna persona, all'orientamento sessuale e all'identità di genere, all'età, allo stato di salute, alla disabilità, all'origine etnica, alle condizioni personali e sociali, alle opinioni politiche e sindacali, alla religione o alla lingua.

Integrità delle persone

I Fornitori si impegnano a garantire condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e non devono tollerare alcuna forma di maltrattamento fisico o psicologico: molestie, trattamenti disumani o umilianti, minacce, e qualsiasi altra forma di intimidazione.

Diritti dei lavoratori

I Fornitori si impegnano a:

- non utilizzare né tollerare il lavoro sommerso o irregolare, nonché ogni forma di lavoro minorile diversa da quella regolamentata;
- garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri e rispettare tutte le norme in materia di salute e sicurezza, assicurando controlli appropriati e misure tecniche di protezione, anche tramite la diffusione di una cultura della sicurezza e della consapevolezza dei rischi, volta a promuovere comportamenti responsabili da parte di tutti: a tale riguardo Rai Pubblicità promuove l'adozione di standard in ambito di salute e sicurezza dei lavoratori da parte dei propri Fornitori, riservandosi di incentivare mediante meccanismi di premialità compatibili con la normativa applicabile, il conseguimento di certificazioni riconosciute da organismi accreditati quale, a titolo esemplificativo e non esaustivo, la certificazione ISO 45001;
- applicare, laddove obbligatorio o comunque possibile, i contratti collettivi di lavoro sottoscritti dalle principali organizzazioni sindacali ovvero contratti che garantiscano tutele equivalenti. In ogni caso i Fornitori sono tenuti a garantire ai lavoratori il diritto di costituire e aderire a organizzazioni sindacali di propria scelta;

- rispettare le leggi nazionali che regolano il rapporto di lavoro nonché gli standard di settore applicabili, in particolare in materia di orario di lavoro, ferie e festività pubbliche e, in caso di smartworking o telelavoro, garantire il diritto alla disconnessione ai propri lavoratori e alle proprie lavoratrici, a tutela del diritto al riposo.

Rispetto e valorizzazione delle persone

I Fornitori si impegnano a tutelare il valore delle risorse umane, anche attraverso l'accrescimento delle competenze tecniche e professionali e altri strumenti adeguati compatibilmente con le proprie specificità di contesto e di assetto aziendale.

AMBIENTE

I Fornitori si impegnano a porre particolare attenzione alla tutela dell'ambiente, minimizzando l'impatto delle proprie attività con soluzioni adeguate, compatibilmente con le proprie specificità, ad esempio attraverso:

- l'utilizzo efficiente delle risorse naturali, ponendo particolare attenzione a limitare il loro consumo;
- l'utilizzo preferenziale di energia proveniente da fonti rinnovabili;
- il corretto smaltimento dei rifiuti;
- la minimizzazione delle emissioni nell'aria, nell'acqua e nel suolo. In ogni caso, tutte le sostanze che hanno potenziali effetti nocivi sulla salute delle persone e/o sull'ambiente devono essere adeguatamente gestite, misurate, controllate e trattate prima del loro rilascio;
- la mitigazione degli impatti sulla biodiversità e gli ecosistemi;

In tale contesto, i Fornitori sono incoraggiati a:

- porsi obiettivi di riduzione della propria impronta ecologica nell'ottica di allinearsi agli obiettivi fissati dagli accordi di Parigi sul clima²;
- adottare modalità di misurazione che consentano di definire l'impronta ecologica associata a ciascuna unità di prodotto/servizio fornito o a corpo ai lavori eseguiti;
- considerare la tutela ambientale un aspetto fondamentale anche nel guidare la ricerca e l'innovazione verso nuove metodologie di progettazione, di lavorazione e di recupero di materiali

In tale ottica, Rai Pubblicità promuove l'adozione di standard ambientali da parte dei propri Fornitori, anche incentivando, mediante meccanismi di premialità ove compatibili con la normativa applicabile, ed il conseguimento di certificazioni riconosciute da organismi accreditati relative all'adozione di sistemi di gestione ambientale (es. certificazione ISO 14001).

SOSTENIBILITÀ DIGITALE

La sostenibilità digitale si riferisce allo sviluppo della tecnologia digitale con modalità sostenibili oltre che all'adozione della stessa come strumento per contribuire positivamente all'ambiente, all'economia e alla società. "In questo duplice ruolo, la sostenibilità digitale riguarda quindi le interazioni della

² Per maggiori approfondimenti si rimanda al seguente link [Accordo di Parigi sui cambiamenti climatici - Consilium \(europa.eu\)](https://europa.eu/accordo-di-parigi-sui-cambiamenti-climatici)

digitalizzazione e della trasformazione digitale rispetto a sostenibilità ambientale, economica e sociale”³.

In tale ottica Rai Pubblicità intende garantire salute e benessere globale anche attraverso progetti di trasformazione digitale inclusivi e fornendo al personale un’adeguata formazione sui principi della sostenibilità, anche digitale. In termini più generali, Rai Pubblicità si impegna ad orientare il proprio sviluppo tecnologico in una prospettiva di responsabilità sociale che promuova il ruolo della tecnologia digitale come strumento e leva per la costruzione di modelli di sviluppo sostenibile, in linea con gli obiettivi dell’Agenda 2030.

A tale riguardo, Rai Pubblicità incoraggia i Fornitori ad avere condotte ugualmente sensibili al tema della sostenibilità digitale, ponendo particolare attenzione all’efficienza energetica dei propri apparati, e in particolar modo delle infrastrutture informatiche, e adottando in tale ambito meccanismi di monitoraggio finalizzati al *continuous improvement*.

ETICA E ANTICORRUZIONE

Rai Pubblicità, ritenendo essenziale la tutela dei principi etici cui ispira il proprio operato, chiede ai Fornitori di rispettare le seguenti regole di comportamento.

Correttezza e trasparenza

Mantenere un comportamento irreprensibile, agendo secondo diligenza e buona fede e rispettando gli impegni assunti, assicurando verità di informazione, trasparenza di azione e piena credibilità.

Osservanza della normativa

Rispettare tutte le vigenti normative primarie e secondarie, nonché le leggi e i regolamenti vigenti nei Paesi in cui sono svolte le attività per conto di Rai Pubblicità, le procedure aziendali e i regolamenti interni Rai Pubblicità destinati a produrre effetti nei rapporti con i soggetti terzi, il Codice Etico, il MOGC231, il PTPC di Rai Pubblicità e le altre *policy* aziendali.

Professionalità

Svolgere tutte le attività con impegno, rigore professionale e ponendo particolare attenzione alla qualità e in pieno spirito di reciproco rispetto e collaborazione.

Sicurezza e confidenzialità delle informazioni

Salvaguardare la sicurezza e la riservatezza delle informazioni aziendali nonché dei dati personali eventualmente trattati.

I Fornitori si obbligano a trattare con la massima riservatezza i dati e le informazioni di natura confidenziale di cui dovessero venire a conoscenza in relazione alla negoziazione, perfezionamento ed esecuzione dei contratti stipulati con Rai Pubblicità e a non divulgare né comunicare in alcun modo, in tutto o in parte, i citati dati ed informazioni a chicchessia, salvo espresso e preventivo assenso di Rai Pubblicità.

Tutela del patrimonio aziendale di Rai Pubblicità

Il patrimonio aziendale di Rai Pubblicità è costituito sia da beni materiali che immateriali; tra questi ultimi rientrano, a titolo esemplificativo, le informazioni aziendali, il *know-how*, e le conoscenze

³ UNI/PdR 147:2023 “Sostenibilità digitale – Requisiti e indicatori per i processi di innovazione”

tecniche nonché, in senso più ampio, la reputazione di Rai Pubblicità verso gli stakeholder e, più in generale, verso l'intero contesto civile, sociale ed economico in cui opera. L'utilizzo del patrimonio aziendale deve avvenire nel rispetto della normativa vigente e dei principi di correttezza, trasparenza ed onestà.

A tal fine ciascun Fornitore è responsabile della protezione degli eventuali beni di Rai Pubblicità a lui affidati ed è tenuto ad astenersi da utilizzi impropri o non corretti.

Ciascun Fornitore è responsabile del corretto utilizzo delle risorse informatiche a lui eventualmente assegnate da Rai Pubblicità così come degli eventuali codici di accesso ai sistemi di Rai Pubblicità.

Lealtà nella concorrenza

I Fornitori sono tenuti al rispetto della normativa in materia di concorrenza, sia comunitaria che nazionale, astenendosi da comportamenti anticoncorrenziali o comunque non etici e contrari alle regole a tutela della concorrenza.

I Fornitori sono incoraggiati a tutelare il valore della concorrenza leale, astenendosi da comportamenti collusivi e facendo attenzione a non agevolare la creazione o il mantenimento di posizioni dominanti o di dipendenza economica dei partner contrattuali.

Tracciabilità del prodotto/servizio

I beni e i servizi offerti dai Fornitori devono rispettare, in termini di qualità e sicurezza, le leggi e le norme nazionali e internazionali ed essere conformi alle descrizioni dichiarate. Rai Pubblicità chiede ai propri Fornitori di prestare la massima attenzione alla tracciabilità dei materiali, componenti e prodotti utilizzati lungo l'intera catena di fornitura.

Prevenzione del conflitto di interessi

I Fornitori si impegnano a segnalare tempestivamente situazioni di potenziale conflitto di interessi che possano configurarsi nello svolgimento delle procedure di selezione, nel corso del contratto, ed in genere nelle interazioni commerciali con Rai Pubblicità (es. fasi di qualifica, scouting, etc.).

Il conflitto di interessi, a prescindere dalla sua intensità (apparente, potenziale o concreto) ricorre in tutti i casi in cui i Fornitori nell'esecuzione della prestazione per Rai Pubblicità siano contemporaneamente portatori di un correlato interesse privato nello stesso ambito, capace di interferire e alterare il processo decisionale e/o il risultato dell'attività.

Prevenzione della Corruzione

I Fornitori non devono praticare né tollerare alcuna forma di corruzione, sia in generale nell'ambito delle proprie attività sia in particolare nei rapporti instaurati con Rai Pubblicità.

I Fornitori sono tenuti ad astenersi da ogni atto diretto o indiretto di offerta o promessa in denaro, o altre utilità patrimoniali e non, inclusi omaggi, regali, gadget e benefici che eccedano le normali pratiche di cortesia e che possano essere interpretate come finalizzate ad esercitare indebita influenza o ottenere trattamenti di favore o vantaggi impropri. In ogni caso, tali forme di utilità dovranno essere contenute nei limiti del modico valore come meglio indicato nel Codice Etico Rai.

In particolare, i Fornitori si impegnano a segnalare a Rai Pubblicità qualsiasi irregolarità o distorsione e/o tentativi di corruzione che siano avanzati nei confronti dell'impresa, dei propri rappresentanti e/o dipendenti, sia nelle fasi preliminari che di svolgimento delle selezioni tra fornitori, sia durante l'esecuzione dei contratti, da parte di ogni interessato o addetto o di chiunque sia in grado di influenzare decisioni e comportamenti afferenti i processi decisionali e commerciali di Rai Pubblicità.

Rai Pubblicità promuove l'adozione di sistemi per la prevenzione della corruzione da parte dei propri Fornitori.

Responsabilità economica

I Fornitori, sia nell'ambito dei rapporti instaurati con Rai Pubblicità sia in generale nell'ambito delle proprie attività, anche nei rapporti con i terzi, devono conformarsi a tutte le leggi nazionali e internazionali applicabili in materia di contabilità, fiscalità e trasparenza e devono astenersi da ogni forma di elusione di tali normative, nonché da ogni forma di riciclaggio o autoriciclaggio di denaro o da altri simili comportamenti illeciti.

4. Disposizioni finali

La violazione dei precetti del presente Codice di Condotta è sanzionata in base a quanto previsto nello specifico contratto, ferma restando la facoltà di Rai Pubblicità di richiedere il risarcimento dei danni verificatisi in conseguenza di detti comportamenti. Rai Pubblicità si riserva di revisionare periodicamente il presente Codice di Condotta anche in base all'evoluzione normativa e/o regolamentare, nonché tenendo conto di eventuali istanze di sviluppo provenienti dagli *stakeholders*.