



CÓDIGO ÉTICO
DEL
GRUPO GENERALI



CÓDIGO ÉTICO DEL GRUPO GENERALI



GENERALI
Assicurazioni Generali S.p.A.

APROBADO POR EL CONSEJO DE ADMINISTRACION
MILAN, 12 MAYO, 2010

Código Ético del Grupo Generali

Introducción 07

1. Principios generales 09

1. Corrección y honestidad
2. Imparcialidad
3. Confidencialidad
4. Conflictos de interés
5. Libre competencia
6. Transparencia e integridad en la información

2. Ámbitos de aplicación 11

- | | |
|--|----|
| Capítulo I – Relaciones con los clientes | 11 |
| Capítulo II – Relaciones con los accionistas | 12 |
| Capítulo III – Relaciones con los empleados | 13 |
| Capítulo IV – Relaciones con los colaboradores externos y proveedores | 14 |
| Capítulo V – Relaciones con sociedades emisoras | 15 |
| Capítulo VI – Relaciones con la comunidad | 16 |
| Capítulo VII – Relaciones con el entorno/medio ambiente | 17 |
| Capítulo VIII – Relaciones con otras Entidades externas | 18 |
| 1. Administraciones públicas y organismos independientes | |
| 2. Partidos políticos, sindicatos/organizaciones sindicales y asociaciones | |
| 3. Prensa | |
| 4. Comunicaciones corporativas y publicitarias | |

3. Aplicación 19

1. Adopción y difusión
2. Violaciones del Código

Introducción

El Grupo Generali es una de las principales entidades aseguradoras y financieras globales, con clara vocación de proyección internacional desde sus orígenes.

En el cumplimiento de sus objetivos de crecimiento, el Grupo permanece fiel a los principios fundamentales que siempre le han caracterizado y que son parte de la ética del Grupo, como son la transparencia, la corrección y la imparcialidad.

Estos principios se recogen en el presente documento, que es fruto de una revisión del Código Ético del Grupo publicado el 11 de Mayo de 2004, en el que se habían formalizado por primera vez. El Código también establece las directrices generales que deben cumplir todos aquéllos que operan en el seno del Grupo en sus relaciones con los distintos grupos de interés (stakeholders), que son primordiales en la visión estratégica del Grupo.

La elaboración del Código Ético implica la existencia –o la futura existencia– de códigos específicos que, en el respeto a las normas, prácticas y culturas de cada país, rijan las relaciones entre las Compañías del Grupo y sus principales grupos de interés en los distintos países en los que el Grupo opera. Buen ejemplo es la Política Medioambiental del Grupo Generali, que hace referencia a cuanto el Código Ético establece en materia de preservación medioambiental, con objeto de identificar los objetivos que se ha fijado el Grupo, así como los compromisos asumidos en este ámbito.

Los pasos que el Grupo ha dado en los últimos años para promover la sostenibilidad lo han movido a una revisión de su Código Ético. Estos pasos han hecho al Grupo más consciente de que la competitividad debe ir indisolublemente unida no solamente a principios éticos, sino también al compromiso social y al respeto al medio ambiente.

En prueba de este compromiso, el Grupo se ha adherido a “UN Global Compact” (Pacto Global de las Naciones Unidas), iniciativa lanzada y patrocinada por las Naciones Unidas para promover y difundir el desarrollo sostenible, haciendo suyos los principios sobre derechos humanos, derechos de los trabajadores, protección del medioambiente y lucha contra la corrupción.

Asimismo, Generali ha suscrito el “Carbon Disclosure Project”, cuyo objetivo es abordar los desafíos vinculados al cambio climático así como a limitar su alcance mediante el uso de prácticas eco-sostenibles.

1. Principios generales

1. Corrección y honestidad

El Grupo actúa en el respeto a la normativa legal vigente, a la ética profesional y a la normativa interna. La consecución de un objetivo de interés para el Grupo no puede en ningún caso justificar conductas contrarias a los principios de corrección y honestidad. El Grupo se compromete expresamente a implementar todas las medidas precisas para luchar contra la corrupción.

2. Imparcialidad

En las relaciones que establezcan con todos sus grupos de interés el Grupo evitará todo tipo de discriminación por razón de nacionalidad, sexo, raza u origen étnico, creencias religiosas, ideología política, edad, orientación sexual, discapacidad o estado de salud. Garantizará asimismo el respeto a los derechos humanos universales reconocidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

3. Confidencialidad

El Grupo garantizará, de acuerdo con la normativa legal, la confidencialidad de la información en su poder y el tratamiento de la misma por métodos que aseguren la máxima transparencia a las partes interesadas, denegando el acceso de terceros a la misma, salvo que sea preciso para fines corporativos o así se requiera por mandato judicial, en los casos en que la normativa así lo establezca. Queda expresamente prohibido a todos los empleados el uso y difusión de información confidencial para fines no relacionados con el desempeño de su actividad profesional.

4. Conflictos de interés

En el desarrollo de todas sus actividades, el Grupo evitará situaciones que susciten conflicto de interés, real o meramente potencial. Por conflicto de interés se entiende, no sólo los casos contemplados en la ley, sino también aquellos casos en los que un empleado actúa persiguiendo intereses distintos a los de la empresa, para obtener beneficios a título personal.

5. Libre Competencia

El Grupo reconoce la libre competencia en una economía de mercado como factor clave para el crecimiento y la constante mejora de la empresa. La competitividad del Grupo se basa en la calidad de los productos y servicios que proporciona y no en el descrédito de sus competidores.

6. Transparencia e integridad de la información

Toda información difundida por el Grupo es completa, transparente, comprensible y precisa, a efecto de permitir a sus grupos de interés tomar decisiones con pleno conocimiento de las relaciones que deben mantener con el Grupo.

El Grupo rechaza toda conducta que contravenga los principios antes citados.

2. Ámbitos de aplicación

Capítulo I – Relaciones con los clientes

La valoración de los clientes es determinante en la visión estratégica del Grupo ya que permite consolidar e incrementar de forma duradera los logros conseguidos.

Las relaciones contractuales y las comunicaciones con los clientes del Grupo se rigen por los principios de corrección y honestidad, profesionalidad, transparencia y colaboración en la búsqueda de la solución más apropiada a las necesidades del cliente.

El Grupo concede la mayor importancia a la consecución de la máxima satisfacción del cliente, por medio de productos y servicios de alto nivel de calidad, así como de la constante adaptación de los mismos a nuevas necesidades. Este objetivo se apoya en procesos internos y tecnología informática, así como en una monitorización continua de la satisfacción de la clientela.

Capítulo II – Relaciones con los accionistas

Uno de los objetivos prioritarios del Grupo es el incremento del valor de la inversión de los accionistas por medio de políticas de negocio que garanticen de forma duradera un retorno económico adecuado, gracias a la optimización de los recursos disponibles y a la mejora de la competitividad y la solidez financiera del Grupo.

La Casa Matriz del Grupo publica un informe de gobierno corporativo con periodicidad anual y cuando hay cambios significativos en la estructura de su accionariado. El citado informe recoge, entre otros aspectos, el funcionamiento, la composición y el periodo de vigencia de los órganos sociales, la existencia de eventuales acuerdos entre accionistas, así como una relación de sus principales accionistas.

A fin de que los inversores puedan basar sus decisiones en una correcta valoración de las políticas corporativas, de los resultados de la gestión y de la rentabilidad esperada del capital invertido, el Grupo facilita toda la información necesaria, no solamente en los términos y por los cauces establecidos en la ley, sino también mediante presentaciones periódicas a inversores institucionales y analistas, según el calendario propio del mundo financiero y con ocasión de toda operación extraordinaria que pudiera realizarse. Las informaciones que puedan tener impacto sobre la marcha de las cotizaciones bursátiles se difunden puntualmente mediante exhaustivos comunicados de prensa.

Tanto estos documentos como los comunicados de prensa dirigidos a los inversores institucionales son accesibles en la website del Grupo (www.generali.com).

Capítulo III – Relaciones con los Empleados

Las personas constituyen el principal activo del Grupo: son el motor que promueve el crecimiento, el desarrollo y la adaptación continua a las necesidades cambiantes del negocio.

El Grupo cree en el valor de sus empleados y construye su ventaja competitiva sobre la competencia y el compromiso de cada uno de ellos. Con esta finalidad, el Grupo diseña las oportunas herramientas de formación continua y desarrollo para sus empleados.

El Grupo rechaza toda forma de discriminación, tanto en la fase de selección, como en las de gestión y desarrollo de la trayectoria profesional de sus empleados.

La contratación del personal se produce mediante alguna de las modalidades de contrato de trabajo que la Ley contempla, estando prohibida toda forma de trabajo irregular y explotación, así como de trabajo de menores.

El Grupo reconoce la libertad de asociación y de negociación colectiva de sus empleados conforme a la legislación, cultura y prácticas de los distintos países en los que opera.

La comunicación con los empleados del Grupo se rige por los principios de transparencia, claridad e integridad.

La integridad física y moral de sus empleados constituye un valor clave para el Grupo; por ello se garantiza a los empleados unas condiciones de trabajo que respetan la dignidad individual, en un entorno de trabajo seguro y saludable.

El Grupo promueve el espíritu de pertenencia y favorece el contacto entre sus empleados, tanto los que están en activo como los ya jubilados, propiciando la organización de iniciativas culturales, deportivas y sociales.

Capítulo IV – Relaciones con los colaboradores externos y proveedores

El Grupo reconoce la importancia de la contribución de sus colaboradores externos y proveedores, cuya cooperación hace posible la realización concreta de la actividad cotidiana de la Empresa. Bajo este enfoque, se da prioridad a crear y desarrollar con ellos una red de relaciones duraderas y recíprocamente satisfactorias.

En el ámbito de sus relaciones con los colaboradores externos y proveedores, el Grupo se compromete a respetar los principios de corrección, imparcialidad y transparencia, así como a aplicar criterios vinculados a la competitividad y calidad objetivas de los productos y servicios proporcionados. El concepto de calidad incluye entre otros el cumplimiento por colaboradores y proveedores de los principios éticos recogidos en el presente Código.

Capítulo V – Relaciones con las sociedades emisoras

Consciente de la influencia que, como inversor institucional, puede tener sobre la conducta de las sociedades en las que potencialmente puede invertir, el Grupo desempeña un importante papel de sensibilización en el ámbito de la protección medioambiental, del respeto a los derechos humanos y de la promoción social.

La política de inversiones del Grupo se atiene a los principios de ética, seguridad y fiabilidad.

Capítulo VI – Relaciones con la comunidad

El Grupo reconoce, como principio, su responsabilidad moral en la contribución a la mejora de la sociedad en la que está presente.

Por lo tanto, el Grupo respalda iniciativas encaminadas a la integración en la estructura social y económica de personas en situación de desventaja mediante su rehabilitación y educación, a la asistencia de personas que atraviesan situaciones de dificultad, al sostenimiento de la investigación científica, sobre todo en el terreno médico y económico, así como a la sensibilización de la comunidad con relación a los grandes temas sociales, como son la seguridad vial y la salud.

El Grupo colabora en la promoción de eventos y manifestaciones artístico-culturales de alto perfil y reconoce el papel altamente formativo del deporte, ya que contribuye al correcto desarrollo de los jóvenes.

Capítulo VII – Relaciones con el entorno/medio ambiente

El Grupo considera el medio ambiente como un bien primario y se compromete a promover su protección y respeto por parte de todos los grupos de interés.

Con este objetivo, el Grupo orienta sus decisiones de modo que se garantice la compatibilidad entre la actividad económica y las exigencias medioambientales, no limitándose al mero cumplimiento de la normativa vigente.

Las líneas principales de actuación, los objetivos y los compromisos que el Grupo asume se encuentran recogidos en la “Política Medioambiental del Grupo Generali”.

Capítulo VIII - Relaciones con otras entidades externas

1. Administraciones Públicas y Organismos independientes

Todas las relaciones entre el Grupo y los Organismos Públicos se rigen por los principios de corrección, transparencia, colaboración y no interferencia, en el marco del mutuo respeto a las funciones de cada uno. El Grupo rechaza toda conducta que pudiera ser interpretada como de naturaleza colusiva o en todo caso contraria a los principios mencionados.

2. Partidos políticos, organizaciones sindicales y asociaciones

El Grupo no apoya eventos o iniciativas cuyo fin sea de carácter principal o exclusivamente político. Se abstiene asimismo de ejercer toda presión, directa o indirecta, sobre representantes políticos y no realiza aportación alguna a organizaciones sindicales o asociaciones de las que pudiera derivarse conflicto de interés.

3. Prensa

El Grupo reconoce el papel fundamental que desempeñan los medios de comunicación ante el público en general y ante los inversores, en particular. A estos efectos, el Grupo se compromete a colaborar plenamente con todos los medios de información, sin discriminación, en el marco del respeto mutuo a las respectivas funciones y a los requisitos de confidencialidad comercial, a fin de poder satisfacer sus necesidades de información de forma rápida, completa y transparente.

4. Comunicación corporativa y publicitaria

La promoción publicitaria institucional y de producto del Grupo respeta los valores éticos fundamentales de la sociedad civil a la que va dirigida, garantizando en todo momento la veracidad de su contenido y rechazando el uso de todo mensaje vulgar u ofensivo.

El Grupo cuida la redacción de publicaciones de interés general, así como la actualización de los websites corporativos, a fin de que sean completos, eficaces y estén en línea con las expectativas del mercado.

3. Aplicación

1. Adopción y difusión

El Código y toda eventual actualización del mismo son definidos y aprobados por el Consejo de Administración de Assicurazioni Generali S.p.A..

El Código se redacta en italiano e inglés y se traduce a todas las lenguas oficiales de los países en que el Grupo está presente. Se puede acceder al Código de modo fácil a través del website www.generali.com y de los websites de las compañías del Grupo.

El Grupo se compromete a difundir el presente Código entre todas las diferentes categorías de sujetos interesados, así como a diseñar y poner en marcha un programa de formación adecuado para garantizar su debida comprensión e implementación.

2. Violación del código

En caso de violación del Código Ético, el Grupo, si así lo considera necesario para la tutela de los intereses de la empresa, y respetando lo dispuesto en el marco normativo vigente, tomará medidas disciplinarias hacia los responsables de aquella, que podrían llegar a suponer el cese en la empresa.

Las denuncias de violación del Código o de su presunta violación deben ser notificadas por escrito y de forma no anónima a la Unidad de Responsabilidad Social Corporativa de Assicurazioni Generali S.p.A. Las personas que de buena fe denuncien casos de violación permanecerán en el anonimato y estarán protegidas de toda forma de represalia, discriminación o penalización.

La Unidad de Responsabilidad Social Corporativa analizará el caso e informará a la Alta Dirección de la Compañía en la que se haya producido la supuesta violación, a fin de que se puedan tomar las medidas pertinentes. El Comité de Control Interno de la citada Compañía o, en su defecto, el Directivo responsable del Control Interno, verificará la adopción de las citadas medidas. A estos efectos, el órgano competente cuenta con la colaboración de la Unidad de Responsabilidad Social Corporativa.

