



GENERALI
Assicurazioni Generali S.p.A.

ЕТИЧЕН КОДЕКС НА ГРУПАТА “ДЖЕНЕРАЛИ”

Издател:

Assicurazioni Generali S.p.A.
Piazza Duca degli Abruzzi , 2
34132 Trieste - Italy
VAT Number 00079760328

Редакторска колегия:

Обща, правна и корпоративна дейност на Групата

Координиран с:

Отдел Корпоративни комуникации

Графичен дизайн:

De Bellis Comunicazione

ОДОБРЕН ОТ БОРДЪТ НА ДИРЕКТОРИТЕ
МИЛАНО, 11.05.2004 г.

Етичен кодекс на Групата “Дженерали”

ПРЕДГОВОР	01
1. РЪКОВОДНИ ПРИНЦИПИ	03
1. Честност и коректност	
2. Непредубеденост	
3. Професионализъм и развитие на човешките ресурси	
4. Конфиденциалност	
5. Конфликт на интереси	
6. Свободна конкуренция	
7. Прозрачност и пълнота на информацията	
8. Здравеопазване	
9. Защита на околната среда	
2. ЗАСЕГНАТИ СФЕРИ	05
Глава 1 – Връзки с клиентите	05
1. Договорни отношения с клиентите	
2. Удовлетворение на клиентите	
Глава 2 – Връзки с акционерите	05
1. Прозрачност по отношение на пазара	
2. Контрол на конфиденциалната информация	
Глава 3 – Връзки със служителите	06
1. Управление на човешките ресурси	
2. Сигурност и здраве	
3. Защита на личната информация	
4. Вътрешни комуникации	
5. Клубове на персонала	
Глава 4 – Връзки с договорни партньори	08
1. Критерии за избор	
Глава 5 – Връзки с обществени институции и с други външни субекти	08
1. Публична администрация и независими органи	
2. Политически партии, търговски обединения и асоциации	
3. Социални инициативи	
Глава 6 – Връзки с пресата и външни комуникации	09
1. Вътрешна организация	
2. Корпоративни комуникации и реклама	
3. ПРИЛАГАНЕ НА КОДЕКСА	10
1. Приемане и разпространение	
2. Нарушения	

Предговор

Още от 1831 г., годината, в която е основана компанията, нашите предшественици насочват усилията си към управление на бизнеса със застраховане на всякакви лични и имуществени рискове по най-ефикасния и продуктивен начин с цел създаване на добавена стойност за акционерите посредством постигането на максимално висока степен на удовлетвореност у клиентите.

В хода на десетилетията Групата еволюира и – от една предимно застрахователна компания (застраховането все още е нейният основен предмет на дейност) – се превръща в многофункционална международна бизнес Група. С течение на времето Групата успява да се наложи като един от основните оператори на множество пазари по света не само чрез развитие и засилване на влиянието си в различните бизнес сегменти, но също и чрез утвърждаване в икономическата, културната и социална среда на редица държави.

Групата винаги се е стремяла към поемането на социални ангажименти, възприемайки ги като инвестиция, към която бизнесът трябва да се придържа. Нейното разбиране е, че конкуренцията трябва да бъде твърдо обвързана с етиката, социалната ангажираност и опазването на околната среда.

Във времена, в които интересът към корпоративното управление непрекъснато нараства, една от основните ни задачи е създаването на организационен модел на компанията и Групата, който да позволява нарастваща ефективност при управлението на корпоративния риск. Наред с всичко това, считаме за необходимо да съставим и предоставим на всичките си партньори своя етичен кодекс, който утвърждава ръководните морални принципи, стоящи в основата на нашата дейност. Този кодекс се отнася и за дейността на дъщерните ни компании като се вземат предвид културните и социални особености в страните, в които те упражняват своята дейност.

Групата възнамерява да установи с всички свои партньори връзки, които се основават на представените в настоящия кодекс принципи и силно се надява, че те също ще се придържат към тези принципи, за да се създаде идеална форма на сътрудничество.

В сърцевината на настоящия документ стои дългосрочен ангажимент, който ще осигурява етичните основи за целите и стратегията за икономическо развитие на Групата.

Вярваме, че настоящите и бъдещи организации и субекти, свързани с нашата компания, ще оценят тези усилия, насочени към постоянното подобряване на Групата.

Настоящият Етичен кодекс (Кодексът) включва:

- ръководните принципи, които характеризират етиката на Групата;
- принципите, на които се основават връзките с всички наши партньори;
- нормите, на които се подчинява системата за контрол и които осигуряват съблюдаването и постоянното подобряване на етичния кодекс.

1. Ръководни принципи

1. Честност и коректност

Групата осъществява дейността си в съответствие със законодателството, професионалната етика и своите вътрешни правила и разпоредби. Преследването на интересите на Групата никога не може да бъде оправдание за нарушаването на принципите на честност и коректност. По тази причина, всякакви форми на облага или подаръци, получени и предложени, трябва да бъдат отхвърляни при условие, че се възприемат като опит за влияние върху независимата преценка и поведението на замесените страни.

2. Непредубеденост

По отношение на връзките с всички вътрешни и външни партньори, Групата трябва да избягва всякакъв вид дискриминация, основана на възраст, расов и етнически произход, националност, политически убеждения, религия, пол, сексуална ориентация или здравословно състояние.

3. Професионализъм и развитие на човешките ресурси

Групата трябва да гарантира необходимото ниво на професионализъм за качествено изпълнение на задачите, възложени на нейните служители. За тази цел Групата е дълбоко ангажирана с развитието на своите човешки ресурси, като осигурява професионални семинари и всякакви други необходими средства за професионално обучение и развитие.

4. Конфиденциалност

Съгласно закона, Групата трябва да гарантира конфиденциалността на предоставената ѝ информация. На служителите е забранено да използват информацията за цели, които не са свързани с изпълнението на техните професионални задължения.

5. Конфликт на интереси

При извършването на всяка една дейност, Групата трябва да избягва ситуацията пораждащи реален или дори потенциален конфликт на интереси. Примерите за “конфликт на интереси” включват не само посочените в закона случаи, но също и ситуацията, при които служителят преследва интереси различни от тези на компанията или нейните акционери с цел извличане на лични облаги.

6. Свободна конкуренция

Групата счита свободната конкуренция на пазара като ключов фактор за растеж и постоянно развитие на бизнеса.

7. Прозрачност и пълнота на информацията

Цялата разпространявана от Групата информация трябва бъде пълна, прозрачна, изчерпателна и точна. По този начин ще се даде възможност на получателите на информация да вземат адекватни решения, като са запознати с това какви следва да бъдат техните отношения с Групата.

8. Здравеопазване

Здравето и доброто състояние на духа на служителите се считат за една от основните ценности за Групата. Условието на труд трябва да осигуряват зачитането на личното достойнство, както и да бъдат здравословни и безопасни.

9. Опазване на околната среда

Групата се ангажира с опазването на околната среда като първостепенен актив. За тази цел, при вземането на решенията си, тя трябва да се съобразява с това дали икономическите инициативи не противоречат на изискванията за опазване на околната среда. Тя трябва да се съобразява не само с действащото законодателство, но също така следва да взема под внимание последните тенденции в научните изследвания и най-добрите практики в тази област.

Групата трябва да отхвърля всяко поведение, което противоречи на гореспоменатите принципи.

2. ЗАСЕГНАТИ СФЕРИ

Глава I – Връзки с клиентите

Клиентите са основна ценност за Групата.

1. Договорни отношения с клиентите

Принципите на коректност, честност, професионализъм, прозрачност и най-високата възможна степен на сътрудничество са в основата на всички договорни отношения и връзки с клиентите на Групата.

2. Удовлетворение на клиента

Групата придава първостепенна важност на спазването на стандартите за високо качество по отношение на услугите, които предоставя, а също и по отношение постигането на максимално удовлетворение на клиента. Вътрешните процедури и използваните компютърни технологии трябва да спомагат за изпълнението на тези принципи, включително и чрез постоянно допитване до мнението на клиентите.

Групата трябва да отхвърля всякакви действия, насочени към забавяне на процесите като се стреми към модернизиране на процедурите в съответствие с правилата за вътрешен контрол.

Глава II – Връзки с акционерите

Постоянното нарастване на инвестициите на акционерите е една от основните цели на Групата. Тя се осъществява чрез бизнес политика, способна да осигури адекватна и своевременна възвръщаемост посредством оптимизирането на наличните ресурси и повишаването на конкурентноспособността и финансовата стабилност на Групата.

1. Прозрачност по отношение на пазара

Всяка година компанията-майка трябва да публикува отчет за корпоративното управление, а по изключение и всеки път, когато са налице значителни промени в структурата на акционерния капитал. Отчетът представя функциите, устройството и мандатите на корпоративните органи, наличието на споразумения с акционерите, както и списък на основните акционери.

Групата трябва да предоставя цялата необходима на инвеститорите информация, за да могат те да взимат решенията си на базата на една точна оценка на корпоративната политика, насоките в управлението на компанията и очакваните приходи от инвестиция капитал. За тази цел, Групата трябва да прибегва не само до дадените от закона инструменти, но също така и да предоставя информация на институционалните инвеститори и анализаторите по време на финансовите форуми, както и данни за всяка извънредна операция. Всяка информация, която би могла да повлияе върху борсовата търговия трябва да се оповестява своевременно посредством средствата за масова информация.

Настоящите документи следва да бъдат публикувани в интернет страницата на Групата на адрес: www.generalali.com .

2. Контрол на конфиденциалната информация

Конфиденциалната корпоративна информация на Групата трябва да бъде управлявана посредством подходящи вътрешни процедури, които да гарантират, че тя ще достигне само до заинтересованите лица и субекти, а също това, че нейното разпространение се прави единствено и само за корпоративни цели.

Всяка информация, която може да влияе върху промените в цените на акциите трябва да бъде своевременно обявявана пред обществеността посредством средствата за масова информация.

Глава III – Връзки със служителите

Човешкият фактор е от ключово значение за Групата. Единствено с помощта на човешкия ресурс може да се постигне максимално удовлетворяване на клиента и впоследствие –

оптимизация на инвестициите на акционерите. Това е причината, поради която Групата взема решението да подбира и задържа висококвалифициран персонал. С цел насърчаване и осигуряване на възможности за повишение на своите служители, Групата обръща особено внимание на мотивационните фактори и специфичните нужди от обучение. Тя взема под внимание индивидуалните особености и благоприятства създаването на условия за ползотворна дейност и приятна работна среда.

1. Управление на човешките ресурси.

Всеки член на персонала трябва да бъде нает на постоянен трудов договор. Не трябва да бъдат толерирани никакви форми на непостоянна работа или експлоатация.

Групата трябва да отхвърля всяка форма на дискриминация при избора, ръководството или кариерното развитие на своите служители.

Професионалните качества на кандидатите трябва да бъде оценявани единствено въз основа на преследването на интересите на компанията.

Групата трябва да се противопоставя на всяко действие, свързано със злоупотреба с власт и по-общо казано срещу накърняването достойнство на личността и нейното душевно и физическо здраве.

Както в момента на тяхното назначаване, така и по време на тяхната работа, служителите трябва да получават ясна и недвусмислена информация за нормативните изисквания и за своето възнаграждение. През цялото време докато работят в компанията, служителите трябва да получават ясни указания, които подпомагат тяхната работа и им позволяват да я вършат по необходимия начин съобразно изпълняваната от тях длъжност в компанията. От гледна точка на гарантирането на висока степен на професионализъм, Групата трябва да повишава квалификацията на своите служители, предоставяйки им възможност да участват в курсове за обучение и професионални семинари на корпоративно ниво.

В тази рамка, Международната школа на Групата трябва да организира курсове за обучение на високо ниво за служителите на компаниите от Групата.

В случай на реорганизация, се защитава ценността на всеки един служител. При необходимост, трябва да се предприемат мерки за обучение и професионална преквалификация като се вземат предвид уменията и основателните амбиции на всеки отделен служител.

Служителите трябва старателно и лоялно да изпълняват задълженията си и да пазят активите на компанията посредством професионално отношение, съответстващо на оперативните процедури.

2. Сигурност и здраве

Групата гарантира, че условията на работа съответстват на настоящите разпоредби по отношение на сигурността и здравето. Това става чрез наблюдение, управление и предотвратяване на всякакви рискове, свързани с изпълнението на професионалните задължения.

3. Защита на личната информация

Конфиденциалната информация на служителите трябва да се използва в съответствие с действащото в тази област законодателство. Това трябва да става чрез предприемането на адекватни мерки, гарантиращи най-високата степен на прозрачност по отношение на съответните лица и чрез предотвратяването на достъпа до информацията от страна на трети лица, с изключение на случаите, при които това се налага от изпълнението на служебните задължения.

4. Вътрешни комуникации

Групата оценява важноста на вътрешните комуникации като инструмент за обмен на организационна информация и като средство за мотивация на служителите. В зависимост от ресурсите на компанията и като допълнение към организирани от Групата специализирани курсове за обучение, се насърчава издаването на вътрешни печатни издания и разпространението на информация посредством интернет страниците на компаниите от Групата.

5. Клубове на персонала

Групата трябва да насърчава чувството за принадлежност у своите служители не само в течение на работния процес, но също и чрез организирани от клубовете на персонала мероприятия. Групата трябва да насърчава и организира културни, спортни и социални мероприятия за своите служители (както настоящи, така и пенсионирани).

Глава IV – Връзки с договорни партньори

Сътрудничеството с договорните партньори на Групата дава възможност да бъдат извършвани ежедневните бизнес дейности. Групата оценява важноста на техния принос и се ангажира да контактува с тях на основата на принципите за безпристрастност и взаимно уважение. Освен това, тя защита техните основателни очаквания за получаване на ясни указания по отношение на възложените задачи и за изплащане на дължимите суми.

2. Критерии за избор

Изборът на договорни партньори трябва да се основава на комплекс от ясни, недвусмислени и недискриминиращи процедури. Групата трябва да използва единствено критерии, базирани на конкурентноспособността и качеството на предлаганите от потенциалните партньори продукти и услуги. Използваното тук понятие за “качество” взема предвид също и това - доколко доставчиците се съобразяват с изложените в настоящия кодекс етични норми.

Глава V – Връзки с обществени институции и с други външни субекти

1. Публична администрация и независими органи

Всички връзки между Групата и обществените институции се основават на принципите на коректност, прозрачност, сътрудничество и ненамеса, както и върху пълното уважение към ролята, която изпълнява всеки отделен субект.

Групата трябва да отхвърля всяко поведение, което би могло да се интерпретира като подмолно или което е в ущърб на горепосочените принципи.

2. Политически партии, търговски обединения и асоциации

Групата няма да подкрепя каквито и да е мероприятия или инициативи, чиято цел е изцяло или преобладаващо политическа. Нещо повече, Групата трябва да се въздържа от упражняването на пряк или индиректен натиск върху представителите на политически партии и няма да съдейства на търговски обединения или асоциации, при условие че има опасност от възникване на конфликт на интереси.

3. Социални инициативи

Групата счита като въпрос от принципно значение своето морално задължение да подпомага обществото, в което тя осъществява своята дейност. Това задължение трябва да бъде реализирано чрез организиране на културни мероприятия, подпомагане на спорта и най-

важното – чрез проявяване на разбиране към хората, които изпитват трудности и финансови затруднения.

В резултат на горното и съобразно своите възможности, Групата трябва:

- Да подкрепя научните изследвания в областта на лечението на тежки заболявания. При избора си на социални инициативи, Групата трябва щателно да оценява моралните характеристики и сериозността на организаторите като извършва последващи проверки, за да следи за точното и коректно оползотворяване на набраните средства. Приоритет трябва да имат тежко болните, децата и възрастните хора - и като цяло - хората в нужда.
- Да подпомага културните събития, водена от разбирането, че изкуството е средство за подобряване на качеството на живот.
- Да вижда в спорта една силно възпитателна дейност, най-вече поради факта, че той укрепва здравето на младите хора.
- Да придава основно значение на обучението в областта на икономическите, актьорските и застрахователни въпроси.
- Да възприема околната среда като общо благо, което се нуждае от защита. Групата трябва да насърчава опазването на околната среда, включително и чрез природосъобразно поведение на своите служители.

Глава VI – Връзки с медиите и външни комуникации

Групата оценява основната роля на медиите за осведомяването на обществото и в частност – на инвеститорите. Тя се ангажира да сътрудничи с всички средства за масова информация като не прави разграничения между тях и като се съобразява с изискванията за конфиденциалност в бизнеса, за да може да задоволява нуждата им от информация бързо, пълно и прозрачно.

1. Вътрешна организация

Всяка компания от Групата трябва да носи отговорност в рамките на своята компетентност за разясняването на своите намерения пред широката публика.

Груповите комуникации играят важна роля в осигуряването на координация между компаниите и обезпечаването на ясни ръководни принципи. Тя гарантира, че официалната позиция на компанията–майка и на компаниите от Групата по стратегическите въпроси от общ интерес, ще бъде пълна, ясна и последователна.

2. Корпоративни комуникации и реклама

Корпоративната и продуктова реклама на Групата трябва да бъде съобразена с фундаменталните морални ценности на гражданското общество, към което тя е насочена. Тя трябва винаги да отговаря на истината и без да съдържа никакви груби и обидни послания.

Групата трябва да се грижи за изготвянето на публикациите от общ интерес и за поддръжката на корпоративните интернет страници, които са ефективни и отговарят на очакванията на пазара.

2. Прилагане на кодекса

1. Приемане и разпространение

Кодексът е създаден и одобрен от Борда на директорите на компанията–майка, така както трябва да бъдат и всички бъдещи изменения в него.

Кодексът е написан на италиански и английски език и е преведен на езиците в страните, в които Групата осъществява своята дейност. Той трябва да бъде публикуван и подходящо представен

в интернет страницата: www.generalali.com, както и в интернет страниците на всички компании от Групата.

Всеки член на персонала и новоназначен служител трябва да получи копие от кодекса.

За да може да бъде разбран кодексът правилно, Международната школа на Групата, както и другите организационни звена за обучение и развитие, трябва да подготвят и одобряват план за обучение, състоящ се от серия от инициативи, които да са съобразени с ролята и отговорностите на персонала.

2. Нарушения

При нарушаване на принципите на етичния кодекс, Групата трябва да предприеме дисциплинарни мерки срещу отговорните за нарушенията лица с цел защита на корпоративните интереси. Това трябва да става в съответствие с действащото законодателство. При най-сериозните нарушения, въпросните мерки могат да включват и изгонване на провинилите се от компанията.

Информацията за действителни и предполагаеми нарушения трябва да бъде представяна на отдела за вътрешен одит на компанията–майка в писмена и неанонимна форма. Въпросният отдел трябва да анализира информацията и да се свърже с мениджърите на компанията, в която са извършени нарушенията, за да могат те от своя страна да предприемат необходимите мерки в рамките на своите компетенции.

Комисията за вътрешен контрол или при липса на такава, ръководителят, на когото са поверени задачите по вътрешния контрол, трябва да потвърди, че са предприети мерки от страна на компаниите от Групата. За тази цел, компетентният орган трябва да прибегва до съдействието на отдела за вътрешен одит на Групата.