

Carta dei valori aziendali e dei principi cardine delle scelte aziendali

(All. 1 alla parte generale del Modello
di organizzazione gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001)

Indice

1 Premessa	Pag.
2 Destinatari	»
3 Principi morali fondamentali	»
4 I valori	»
5 Legalità	»
6 Onestà, trasparenza e professionalità	»
7 Centralità della persona	»
7.1 Attenzione ai consumatori.....	»
7.2. Attenzione ai lavoratori.....	»
7.3 Attenzione ai propri fornitori	»
8 Contributo attivo al diritto all'istruzione e allo studio	»
9 Sostegno alla filiera distributiva del libro	»
10 Sostegno al territorio	»
11 Salvaguardia dell'ambiente	»
12 Osservanza della Carta dei valori aziendali	»

1 Premessa

Simone S.p.A. realizza dal 1972 libri, manuali e codici per la preparazione a esami universitari e concorsi, nonché per la scuola secondaria e l'aggiornamento professionale. In questi 50 anni Simone S.p.A. è molto cresciuta sino a diventare un'azienda leader nazionale che opera in una realtà economica e sociale in continua e rapida evoluzione. A causa della complessità di questo moderno scenario e della velocità in cui lo stesso muta, è importante che Simone S.p.A. ribadisca con forza la propria cultura, definendo con chiarezza l'insieme dei valori in cui l'Azienda si riconosce e che condivide, unitamente alle responsabilità che essa si assume sia verso l'interno che verso l'esterno.

La presente Carta dei Valori, approvata con delibera dell'Organo amministrativo in data 8 gennaio 2021, ed aggiornata con delibera del CdA del 25 marzo 2025 si propone perciò di esplicitare i principi e i valori perseguiti dalla Simone S.p.A., che hanno ispirato e che continueranno ad ispirare tutte le sue attività presenti e future.

Obiettivo di questa Carta dei Valori non è accrescere la posizione competitiva di Simone S.p.A. sul mercato, né tanto meno conformarsi a norme di legge o di correttezza per rinforzare la sua reputazione o la qualità dei suoi prodotti (condizioni queste imprescindibili per l'esistenza stessa di ogni azienda), quanto piuttosto rendere comuni e diffusi i valori in cui l'Azienda si riconosce e in cui devono riconoscersi i soci, gli amministratori, i sindaci, i collaboratori e gli autori, i dirigenti e i dipendenti tutti.

La Carta dei Valori aziendali si affianca al Codice Etico Comportamentale e costituiscono insieme presupposti fondamentali e parte integrante del Codice di condotta ai sensi del D.Lgs. 231/2001, allegato al Modello 231 come per legge.

2 Destinatari

La Simone provvede a diffondere il contenuto della presente Carta dei valori aziendali, ne raccomanda l'osservanza e si impegna a richiedere a tutti i destinatari una condotta in linea con i principi generali in essa espressi.

Destinatari sono gli Organi sociali, i Lavoratori dipendenti o interinali e per tutti coloro che a qualsivoglia titolo operano per la Simone («Collaboratori»): partners quali agenti, distributori, concessionari, clienti, fornitori, consulenti.

3 Principi morali fondamentali

Ispirandosi al pensiero del fondatore della Casa editrice, Federico del Giudice, tutte le attività sociali devono essere in piena e costante consonanza con i principi di responsabilità economica, ambientale e sociale che devono connotare in generale tutte le aziende ma soprattutto gli Editori per i valori di conoscenza che sono destinati a diffondere, nonché con i principi della Costituzione italiana tra cui quelli che sanciscono il diritto al lavoro e all'istruzione.

Tale dichiarazione di fedeltà agli ideali etici e costituzionali, pur scevra da ogni ideologia partitica, si è storicamente tradotta, e continua ancora oggi a tradursi, nella realizzazione di manuali, libri e altri strumenti di studio destinati a studenti di scuole e università, nonché a coloro che intendono preparare un concorso, nella consapevolezza che è anche attraverso tali strumenti che si dà attuazione al diritto all'istruzione e al lavoro.

4 I Valori

Simone S.p.A. è un Gruppo editoriale che per cinquanta anni si è ispirata allo stile imprenditoriale del suo fondatore, Federico del Giudice, e della squadra con cui mosse i primi passi nell'editoria mezzo secolo fa; per questo Simone S.p.A. ha una forte identità che si traduce da sempre in uno «stile» umano e professionale fatto di correttezza nei comportamenti e di equilibrio tra il rispetto per le persone e l'interesse dell'Azienda; identità che ha permeato tutte le attività, i marchi e le pubblicazioni della Casa editrice.

Legalità, onestà, trasparenza, innovazione, chiarezza, responsabilità sociale e ambientale sono i valori in cui Simone S.p.A. si identifica.

La coerenza con questi valori è impegno morale anche per le successive generazioni che saranno alla guida dell'Azienda.

I valori etici fondamentali di Simone S.p.A. sono sanciti negli articoli seguenti di questa Carta dei Valori Aziendali.

5 Legalità

Simone S.p.A. è un editore specializzato in pubblicazioni giuridiche: il rispetto della legge e l'applicazione pratica del principio di legalità è quindi uno degli obiettivi insiti nella stessa attività sociale.

Simone S.p.A. reputa il rispetto delle normative nazionali e internazionali, condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire. Ispira inoltre le proprie decisioni e i propri comportamenti alle possibili evoluzioni del quadro normativo. In nessun caso il perseguimento dell'interesse aziendale può giustificare un operato non conforme alle stesse.

Simone S.p.A. sente la responsabilità sociale di diffondere attraverso i propri libri la cultura della legalità e per questo motivo ispira tutti i suoi contenuti editoriali ad un intento di educazione, non solo giuridica e tecnica, ma anche civica dei cittadini.

Per far ciò tende a realizzare pubblicazioni in cui vengono evidenziati le motivazioni e i principi soprattutto costituzionali che sono dietro ad ogni norma, al fine di esplicitare al massimo e per certi versi «divulgare» il rispetto e la comprensione delle norme presso tutti i cittadini, e di instillare in loro gli strumenti per l'esercizio di una cittadinanza consapevole e lo sviluppo di un pensiero critico indipendente.

6 Onestà, trasparenza e professionalità

L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività, i prodotti e la comunicazione della Simone S.p.A. e costituisce elemento essenziale della gestione aziendale. I rapporti con i dipendenti, i fornitori, gli autori, i collaboratori e i clienti, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di correttezza, coerenza, professionalità, lealtà e reciproco rispetto.

Tutte le azioni interne ed esterne di Simone S.p.A. nonché tutte le persone che operano in essa e per essa (soci, amministratori, dirigenti, dipendenti, autori, collaboratori ecc.), devono essere improntate alla massima lealtà e integrità, operando con senso di responsabilità, in buona fede e trasparenza, stabilendo rapporti professionali e commerciali corretti, nonché tenendo alla valorizzazione e salvaguardia del patrimonio aziendale.

7 Centralità della persona

Simone S.p.A. mette al centro delle sue attività la persona, comprendendo in questo concetto sia il lavoratore che opera con e per l'Azienda, sia chi acquista e utilizza i prodotti della società.

In coerenza con la sua visione etica, Simone S.p.A. intende sviluppare il valore di ogni persona, rispettandone l'integrità fisica, culturale e morale.

In ottemperanza ai valori etici e costituzionali, Simone S.p.A. supporta e rispetta i diritti umani nelle sue attività e sfere d'influenza, offre eguali opportunità per lo sviluppo delle persone e ne protegge la privacy.

Simone S.p.A. non tollera alcuna forma di discriminazione o esclusione, per quanto fra l'altro attiene a età, cultura, etnia, nazionalità, credo religioso, genere e orientamento sessuale, opinione politica, stato civile, stato di gravidanza, espressione di genere, salute o disabilità.

Le persone rappresentano la risorsa centrale per lo sviluppo e il successo dell'Azienda, che si fonda sia sull'impegno creativo dei suoi dipendenti, redattori e autori, sia su coloro che acquistano i libri che appunto nascono da questo impegno creativo aziendale.

7.1 Attenzione ai consumatori

Il cliente di Simone S.p.A. è considerato più che come «consumatore», come persona nella sua accezione più ampia e quindi alla persona è da riservare in primo luogo il massimo rispetto.

Le persone, in particolare i ragazzi e i giovani che studiano, sono il principale e costante punto di riferimento di tutte le attività di Simone S.p.A. Per questo motivo è dovere aziendale costante:

- a) rispettare gli impegni e gli obblighi assunti con chi acquista i libri dei vari marchi del Gruppo editoriale Simone;
- b) osservare le procedure interne e le normative vigenti a tutela del consumatore e della privacy;

- c) informare correttamente gli utenti. Consapevoli del ruolo svolto dalla Casa editrice diventata un vero e proprio punto di riferimento per studenti e concorsisti, tutte le azioni e le operazioni editoriali e di marketing, nonché tutte le attività online anche social (blog, simone.it, simoneconcorsi.it, profili FB e Instagram ecc.) sono ispirate al principio di imparzialità e correttezza delle informazioni. L'affidamento che i clienti ci riservano ci impone un'attenzione rigorosa non solo alla correttezza dei contenuti delle nostre pubblicazioni (cosa naturalmente sottintesa nelle attività di qualunque Casa editrice) ma anche delle informazioni che veicoliamo attraverso i nostri canali, in merito a riforme, concorsi, prospettive di lavoro. A tal fine tutte le informazioni diffuse dalla Casa editrice attraverso qualunque mezzo o media, derivano da fonti istituzionali ufficiali e sono ispirate a valori di verità e congruità, soprattutto nelle comunicazioni pubblicitarie che non possono essere mai guidate dal puro fine di guadagnare in visibilità o utile.
- Stessa cura e attenzione è riversata sui manuali che vengono costantemente rinnovati per essere sempre adeguati alle riforme normative, ai programmi universitari e ai bandi di concorso;
- d) ascoltare le esigenze di chi studia e si informa sui nostri libri e canali. Simone S.p.A. crede che le migliori scelte editoriali siano basate su una profonda comprensione delle persone che acquistano e consumano i suoi libri e manuali. Le indicazioni, osservazioni e critiche dei lettori sono considerate preziose perché permettono di migliorare le pubblicazioni e renderle sempre più conformi alle esigenze di chi studia. L'ascolto della "parola" dei fruitori dei volumi del Gruppo editoriale Simone, ovunque questi la esprimano (sportello aziendale, social, gruppi online anche di terzi, recensioni su store online, librerie ecc.) diventa condotta cui deve uniformarsi l'Azienda tutta e non solo i reparti deputati all'Assistenza clienti;
- e) assistere il cliente con cortesia ed efficienza. Uno dei principali obiettivi sociali è quello di fornire un'assistenza clienti costante, globale e personale, in cui persone parlano con altre persone e non con piattaforme informatiche (ad esempio bot). Questa attenzione all'assistenza personale deve essere realizzata, per quanto possibile, da parte non solo dei reparti tradizionalmente deputati all'Assistenza clienti, ma da tutti i dipendenti e collaboratori, e deve essere considerata più che come onere aziendale, come un servizio di punta e di vanto per l'Azienda.

7.2 Attenzione ai lavoratori

In ottemperanza all'art. 1 della Costituzione italiana, Simone S.p.A. pone a fondamento dell'azienda il lavoro e i lavoratori, che, a prescindere dal normale rispetto della normativa giuslavoristica, vanno salvaguardati e rispettati sempre.

Simone S.p.A. pone attenzione a tutti gli aspetti inerenti la vita di coloro che lavorano per l'Azienda, poiché sono i lavoratori ad ispirare e portare avanti tutte le attività della società.

Simone S.p.A. rifiuta ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose; ripudia ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e nella gestione delle risorse umane. Simone S.p.A. si impegna a impedire ogni forma di mobbing e di sfruttamento del lavoro, sia diretto che indiretto, e a riconoscere nel merito, nelle prestazioni di lavoro e nelle potenzialità professionali i criteri determinanti per gli sviluppi retributivi e di carriera.

L'azienda promuove il lavoro di squadra, incentiva la formazione del personale, stimola il dialogo con i capireparto che deve essere improntato al massimo rispetto reciproco.

Si impegna altresì a garantire un ambiente di lavoro accogliente, funzionale, tecnologicamente avanzato e meritocratico.

Come avvenuto durante tutto l'arco di vita dell'Azienda, la protezione e la conservazione dei posti di lavoro, anche in periodi di crisi, costituisce il cardine delle scelte aziendali.

7.3 Attenzione ai propri fornitori

Il fornitore di Simone S.p.A. è considerato più che come «produttore di beni e servizi», come una azienda formata da lavoratori, e quindi ai lavoratori è da riservare in primo luogo il massimo rispetto.

Simone S.p.A. riconosce che il rapporto tra aziende è prima di tutto un rapporto tra persone, che deve essere basato su fiducia e rispetto reciproco.

Simone S.p.A. nella gestione dei rapporti con i propri fornitori, ritiene che la componente economica, nei limiti imposti dalla diligente gestione di una azienda privata, non sia determinante nelle scelte

aziendali, sulle quali pesano invece la correttezza, l'affidabilità, la tempestività, la qualità, il rispetto delle norme sulla sicurezza dei lavoratori e la condivisione dei principali principi etici qui espressi.

8 Contributo attivo al diritto all'istruzione e allo studio

Simone S.p.A. realizza manuali, libri e strumenti didattici, costruiti in modo da venire incontro alle esigenze di chi studia; nel fare ciò favorisce la massima comprensibilità e chiarezza dei contenuti oggetto di studio attraverso pubblicazioni concepite e scritte in maniera chiara ed esaustiva e destinate a svelare il significato a volte criptico di norme e testi accademici.

Simone S.p.A. favorisce altresì la massima accessibilità ai suoi prodotti che vengono immessi sul mercato, con un *rapporto qualità/prezzo particolarmente vantaggioso* per gli studenti.

Consapevoli di essere scelti dalle fasce economicamente più deboli della popolazione (studenti e persone in cerca di lavoro), l'obiettivo di tenere "calmierati" i prezzi delle sue pubblicazioni (compatibilmente con i costi di produzione e i criteri di efficienza che devono inevitabilmente guidare ogni attività imprenditoriale) è diventato un principio etico che ispira tutte le fasi delle attività di Simone S.p.A., ed è perseguito da tutti i partecipanti all'organizzazione della Casa editrice (soci, amministratori, dirigenti e dipendenti).

Lo stesso spirito etico deve ispirare le scelte commerciali della Casa editrice, nei confronti di fornitori, distributori, librerie e in generale di tutti gli operatori della filiera del libro, filiera cronicamente in crisi in Italia.

9 Sostegno alla filiera distributiva del libro

La Casa editrice per la vendita dei propri prodotti utilizza tutte le forme di commercializzazione a disposizione, tuttavia, è convinta sostenitrice dei classici canali di vendita rappresentati dalle librerie. La Casa editrice riconosce le librerie come asse portante per la diffusione della cultura e promuove le iniziative di contrasto alla crisi che progressivamente costringe le stesse alla chiusura.

10 Sostegno al territorio

La Casa editrice nasce a Napoli, città caratterizzata da un contesto culturale particolarmente vivace, ma con un tessuto economico debole come in tutto il Meridione d'Italia.

Pur essendo diventata un'azienda leader a livello nazionale, Simone S.p.A. rimane fedele alle sue radici culturali e per questo motivo continua, compatibilmente con le esigenze produttive, a sostenere i fornitori locali meridionali (tipografie, partner, startup ecc.) che garantiscono alti livelli di qualità nonché flussi di lavorazione rispettosi di lavoratori e ambiente.

11 Salvaguardia dell'ambiente

Simone S.p.A. si impegna in ogni fase del suo agire ad applicare criteri di cautela e un approccio preventivo nei riguardi dell'ambiente e della sua biodiversità; a promuovere iniziative per una maggiore responsabilità ambientale aziendale; a sviluppare l'impiego di mezzi e di tecnologie che non danneggino l'ambiente.

12 Osservanza della Carta dei valori aziendali

Lungi dal rimanere circoscritta ai fini da perseguire, la dimensione etica esposta negli articoli che precedono, e perseguita sin dai primi anni della fondazione della Casa editrice, si è radicata, in decenni di attività editoriale e formativa, in tutte le persone che lavorano con e per Simone S.p.A. (dipendenti, autori, consulenti, fornitori, distributori, librai ecc.). Tanto che ancora oggi i soci, gli amministratori, i dirigenti e i dipendenti che volessero portare avanti condotte contrarie ai principi etici su esposti, seppure del tutto lecite e vantaggiose per la Società, avrebbero la piena consapevolezza di violare, non solo questo Carta, ma lo stesso spirito fondatore della Casa editrice.

La violazione dei principi previsti nella Carta dei valori aziendali è sanzionata secondo quanto previsto nella parte generale del MOGC ex D.Lgs. 231/2001 adottato dalla società.