



CODICE ETICO

“L'ETICA NON È ESATTAMENTE LA DOTTRINA CHE CI INSEGNA COME ESSERE FELICI, MA QUELLA CHE CI INSEGNA COME POSSIAMO FARE PER RENDERCI DEGNI DELLA FELICITÀ.”

[IMMANUEL KANT]

| GENNAIO 2024 |

PREMESSA

Master Group dal 2002 si occupa di DMC & Incoming Italiano, offrendo agli ospiti di tutto il mondo una vacanza indimenticabile.

Onestà, abnegazione, innovazione, responsabilità sociale e ambientale sono i valori, frutto di una forte e riconosciuta identità culturale, in cui **Master Group** si identifica.

Questa identità, nata dallo stile imprenditoriale dei fondatori, si è man mano rafforzata in più di 20 anni di gesti, esperienze e comportamenti, divenendo una delle risorse fondamentali dell'Azienda.

Oggi, la crescita del business fa sì che **Master Group** si trovi a operare in diversi contesti in continua e rapida evoluzione. Per via della complessità di questo scenario, è importante che **Master Group** 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.

Strumento fondamentale, nell'ambito di tale processo di divulgazione e chiarimento dei principi aziendali, è il presente "Codice Etico".

L'ETICA

L' Etica esprime l'insieme di norme di condotta, sia pubblica sia privata, seguite da una persona o da un gruppo di persone. È una parola usata in moltissimi contesti, e indica una riflessione su regole e principi da seguire nella vita pratica. Il raggio d'azione dell'etica, quindi, pur rinviando a un universo astratto (fatto di principi e valori), è tutt'altro che teorico: riguarda il quotidiano e si traduce in norme di comportamento.

ETICA AZIENDALE

Quando la riflessione sull'etica si sposta dall'agire individuale a un più ampio ambito organizzativo e di business, il concetto di responsabilità e consapevolezza individuale si lega inevitabilmente a quello di «Responsabilità Sociale d'Impresa» o «Cittadinanza d'Impresa».

Per **Master Group** la Responsabilità Sociale d'Impresa si configura come la capacità di integrare le proprie attività di business con il rispetto e la tutela degli interessi di tutti i partner e di tutti gli individui con cui si relaziona, con la salvaguardia delle risorse ambientali e la loro conservazione per le generazioni future.

In sintesi, l'azione di **Master Group** è volta a perseguire il proprio business considerando il rispetto dovuto a tutti gli esseri viventi e il valore delle cose inanimate, come fine del proprio agire e non come mezzo per raggiungere il profitto.

CODICE ETICO

In ambito di business, l'assenza di una considerazione etica del proprio agire potrebbe portare a comportamenti "potenzialmente opportunistici", dettati dall'errata convinzione di stare facendo il bene dell'Azienda. Perciò appare evidente il valore di un Codice Etico volto a ribadire che in nessun modo la convinzione di agire a vantaggio dell'Azienda può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con principi e valori condivisi.

Il documento che segue non serve ad accrescere il grado di conformità alla legge o la reputazione di **Master Group**, perché responsabilità legale, osservanza delle leggi e correttezza, come la qualità dei servizi, sono una condizione imprescindibile per l'esistere stesso dell'Azienda, e non possono quindi essere considerati obiettivi di un Codice Etico.

Obiettivo primario del Codice Etico è rendere comuni e diffusi i valori in cui l'Azienda si riconosce, a tutti i livelli, facendo sì che chiunque, ogniqualvolta è chiamato a prendere una decisione, si ricordi con chiarezza che a essere in gioco non sono soltanto gli interessi, i diritti e i doveri propri, ma anche quelli degli altri.

In sintesi, si deve essere consapevoli che il benessere e il rispetto di tutti, devono essere sempre ed esplicitamente presi in considerazione in ogni fase dell'agire quotidiano.

LO STILE MASTER GROUP

Lo stile, come dice il Presidente *Natale Cangemi*, è un modo di comportarsi che implica tante “piccole cose”. Oggi mettere insieme tutte queste “piccole cose” è necessario sia per definire al meglio la via di **Master Group** verso il futuro, sia per assumere la consapevolezza che, in un sistema aziendale più responsabile e maturo, occorre competere con integrità.

Tutto ciò significa fare bene e con dignità il proprio mestiere, avere rispetto delle regole, ma, anche e soprattutto, ispirarsi a principi e valori condivisi, che si richiamano al consenso e non all'obbedienza.

La condivisione e l'applicazione dei principi raccolti in questo documento portano a definire lo stile **Master Group**.

CONDIVISIONE CODICE ETICO

Questo documento vuole essere, quindi, un incentivo razionale per cercare di capire non solo cosa sia giusto fare, ma anche il «perché» sia necessario farlo.

L'obiettivo primario è quello di far sì che sia introdotta anche una valutazione etica, sia nel decidere i propri comportamenti sia nel valutare quelli degli altri, unendo in questo modo la sfera morale a quella manageriale, le responsabilità individuali a quelle dell'Azienda e la sfera personale a quella organizzativa: ossia tradurre il ragionamento in una concreta azione etica.

Questo documento deve essere un «contratto morale» sottoscritto da tutti gli Esponenti Aziendali (Amministratori, Sindaci, Dirigenti, Funzionari e ogni altro Dipendente), dai collaboratori esterni e dai fornitori del Gruppo. Deve diventare un vincolo morale personale. Non rafforzerà direttamente la posizione competitiva, ma lo farà indirettamente se permetterà a tutti di adottare una visione etica e una cultura condivisa.

IL NOSTRO IMPEGNO

Attraverso “il nostro impegno”, **Master Group** esplicita lo scopo, il fine comune dell'attività degli individui e dei gruppi che collaborano all'interno dell'organizzazione e che intrattengono relazioni esterne per essa.

Offrire servizi turistici che contribuiscano a una buona riuscita della vacanza, riconosciuta per assistenza di qualità superiore, realizzata nel rispetto dell'ambiente e della dignità delle persone.

Master Group si focalizzerà prioritariamente su due aree di business:

- Accoglienza, Assistenza e Riferimento;
- Servizi di prim'ordine.

PERSONE

Le persone sono il principale e costante punto di riferimento di tutto ciò che facciamo.

Le persone che usufruiscono dei nostri prodotti hanno quattro diritti basilari: il diritto alla sicurezza, il diritto di essere informate, il diritto di scegliere e il diritto di essere ascoltate.

UOMINI DI MASTER GROUP

Gli Uomini di **Master Group** rappresenta la risorsa centrale per lo sviluppo e il successo dell'Azienda.

Master Group riconosce nella diversità delle culture e dei talenti un valore fondamentale e vuole attrarre e far crescere persone con doti di leadership, passione per il mondo turistico e curiosità intellettuale.

Coerenza, trasparenza, abnegazione e rispetto debbono guidare ogni decisione e comportamento, in un contesto di fiducia reciproca e di interdipendenza.

SERVIZI

I servizi sono al centro di ogni nostra attività e impegno quotidiano.

Master Group concentrerà i suoi sforzi sull'innovazione per generare servizi di qualità superiore, percepiti dalle persone e dai clienti come distintivi.

BRAND

I Brand di **Master Group** sono l'identità dell'azienda.

Il sostegno dei nostri brand sarà perseguito attraverso la coerenza dei servizi e la qualità della comunicazione.

AMBIENTE

Master Group è impegnata a operare nel rispetto dell'ambiente e della salute delle persone, ben consapevole delle proprie responsabilità sociali ed etiche nei confronti delle comunità in cui opera o da cui trae risorse.

CLIENTI

I clienti sono i nostri partner per raggiungere il successo nel business.

Dobbiamo lavorare con loro per valorizzare i dipartimenti in cui operiamo, sempre nel pieno rispetto delle persone che acquisteranno i nostri servizi.

CONCORRENTI

I concorrenti sono il nostro stimolo e la positiva sfida ad essere sempre migliori.

Master Group è animata da un forte e corretto spirito competitivo volto al miglioramento continuo di ciò che fa.

PROFITTO

Il profitto è un indicatore importante della salute dell'azienda, ed è elemento fondamentale per la creazione di sviluppo e di benessere.

VALORI

Il mondo **Master Group** è guidato da due generazioni dalla stessa famiglia, per questo ha una forte identità alla cui base è da sempre uno «stile» umano e professionale fatto di correttezza nei comportamenti, di equilibrio tra il rispetto per le persone e l'interesse per l'Azienda.

Cambiano le pratiche e gli scenari, ma la coerenza con questi valori è e resterà il migliore biglietto da visita. Lo stile **Master Group**, inteso come un reciproco arricchimento umano e professionale delle persone che vi lavorano, resterà immutato se tutti coloro che operano nel Gruppo continueranno a rispettare i basilari valori e principi di riferimento.

ONESTA' E TRASPARENZA

L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività di **Master Group**, le sue iniziative, i suoi servizi, i suoi rendiconti e le sue comunicazioni e costituisce elemento essenziale della gestione aziendale.

I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di correttezza, coerenza, lealtà e reciproco rispetto.

Master Group dialoga in modo chiaro, trasparente, accurato e tempestivo, con i suoi stakeholder (soggetti i cui interessi sono, a vario titolo, coinvolti nell'attività del gruppo).

RESPONSABILITA' SOCIALE

Master Group crede che la propria attività imprenditoriale, per potersi qualificare come eticamente responsabile, debba perseguire modelli di servizi che rispettino e salvaguardino i diritti umani, le capacità rigenerative della Terra e il benessere delle comunità, promuovendo lo sviluppo umano in modo equo e sostenibile, nella consapevolezza che la responsabilità sociale ed etica si estende anche alle comunità.

CENTRALITA' DELLA PERSONA (D&I)

In coerenza con la sua visione etica, **Master Group** intende sviluppare il valore di ogni persona, rispettandone l'integrità fisica, culturale e morale, così come il diritto di interagire ed associarsi con altri. **Master Group** pone attenzione a tutti gli aspetti inerenti la vita delle persone, poiché è la vita umana ad ispirare tutte le attività della società. **Master Group** supporta e rispetta i diritti umani nelle sue attività e sfera d'influenza, offre eguali opportunità per lo sviluppo delle sue persone e ne protegge la privacy.

Master Group crede che fare la cosa giusta sia corretto per il business e che rispettare la diversità e promuovere l'inclusione possa essere fonte di vantaggio competitivo, creando una forza lavoro più motivata per l'adozione delle migliori decisioni, basate su una profonda comprensione delle persone che acquistano i servizi della società in tutto il mondo. **Master Group** non tollera alcuna forma di discriminazione o esclusione, fra l'altro per quanto attiene età, cultura, etnia, nazionalità, credo religioso, razza, opinione politica, stato civile, gravidanza, genere e orientamento sessuale, identità e/o espressione di genere, informazione genetica, salute o disabilità.

TUTELA DEL LAVORO

Master Group garantisce la libertà di associazione dei lavoratori e riconosce il diritto alla contrattazione collettiva. Si impegna a non usufruire, neppure indirettamente, sia del lavoro forzato e obbligatorio, sia del lavoro minorile. 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. **Master Group** 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.

RISPETTO DI LEGGI, CODICI E REGOLAMENTI VIGENTI

Master Group reputa il rispetto delle normative nazionali e internazionali come condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire. Si impegna pertanto, anche con attenta opera di prevenzione sulla consumazione di illeciti, a rispettare tali normative nonché le prassi generalmente riconosciute. Ispira inoltre le proprie decisioni e i propri comportamenti alle possibili evoluzioni del quadro normativo.

RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di assoluta correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto. **Master Group** considera come propri stakeholder: azionisti e finanziatori, Esponenti Aziendali e collaboratori esterni, clienti, fornitori, concorrenti, pubblica amministrazione, acquirenti di servizi, collettività, comunità locali, mass-media.

MARKETING E COMUNICAZIONE

Master Group ha il dovere di assicurare le condizioni necessarie affinché i suoi servizi possano contribuire a una vacanza/soggiorno che rispetti il contratto d'acquisto. Tuttavia, la vacanza, oltre che ad un fattore climatico, è legata profondamente all'identità culturale dei singoli individui;

per questo tutte le attività di marketing devono muoversi nel pieno rispetto delle diverse consuetudini e dei diversi valori, in materia di servizi e soggiorni turistici.

È quindi necessario considerare gli acquirenti dei servizi **Master Group** come veri e propri interlocutori: delle «persone» che hanno il diritto di ricevere tutte le informazioni necessarie per compiere una scelta consapevole al momento dell'acquisto, e non solamente quali semplici acquirenti di servizi turistici.

La comunicazione di **Master Group**:

- sarà sempre rispettosa della centralità della persona;
- rifiuterà messaggi volgari, contraddittori, incerti o ambigui;
- avrà sempre presente la propria responsabilità nell'influenzare le scelte delle persone, facendosi garante della qualità della relazione fra impresa e persone.

INFORMAZIONE E RENDICONTAZIONE

Tutte le attività di informazione e di dialogo con gli stakeholder devono avere caratteristiche di chiarezza, trasparenza, tempestività, completezza e coerenza, nel rispetto del diritto all'informazione.

Ciascun dipendente è tenuto a collaborare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità sulla base di informazioni veritiere, accurate, complete e verificabili.

Ogni operazione e transazione deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua. È compito di ogni dipendente far sì che la documentazione di supporto sia facilmente rintracciabile e ordinata secondo criteri logici.

Nessuna scrittura contabile falsa o artificiosa può essere inserita nei registri contabili dell'Azienda (o del Gruppo) per alcuna ragione.

Nessun dipendente può impegnarsi in attività che determinino un tale illecito, anche se su richiesta di un superiore.

CONTROLLO INTERNO

Master Group riconosce la massima importanza al controllo interno inteso come un processo, svolto dagli Esponenti Aziendali, finalizzato ad agevolare la realizzazione degli obiettivi aziendali, a salvaguardare le risorse, ad assicurare la conformità alle leggi ed ai regolamenti applicabili, a predisporre bilanci e dati economico-finanziari attendibili, veritieri e corretti.

Per questo fine **Master Group** ha creato e sviluppato nel tempo un insieme di strumenti, procedure e meccanismi idonei a gestire il funzionamento ed il monitoraggio dell'organizzazione.

Ben consapevole che il sistema di controllo interno rappresenta un elemento che caratterizza una buona gestione dell'Azienda, **Master Group** si impegna ad operare affinché la sensibilità del personale alla necessità del controllo possa essere accresciuta a tutti i livelli organizzativi.

Allo stesso tempo, tutti gli Esponenti Aziendali devono sentirsi responsabili dell'aggiornamento e gestione di un efficace sistema di controllo interno. Per questo motivo la dirigenza non deve limitarsi a partecipare al sistema di controllo nell'ambito delle proprie competenze, ma deve impegnarsi a dividerne valori e strumenti con ciascun collaboratore o collega.

Tutti devono sentirsi responsabili della salvaguardia dei beni dell'Azienda (siano essi materiali o immateriali) e del loro corretto utilizzo.

È fatto divieto di utilizzare in modo improprio o danneggiare i beni e le risorse dell'Azienda e di consentire ad altri di farlo.

CORRUZIONE E CONCUSSIONE

Master Group si impegna a mettere in atto tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione e concussione.

Non è consentito che siano versate somme di denaro, esercitate altre forme di corruzione allo scopo di procurare vantaggi diretti o indiretti all'Azienda stessa. Si fa divieto di accettare doni o favori da parte di terzi che oltrepassino le normali regole di ospitalità e cortesia.

Questo vale sia nel caso in cui un Esponente Aziendale persegua un interesse diverso dalla missione di impresa o si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari.

CORRETTEZZA NELLA GESTIONE DEI CONTRATTI

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti. Per una corretta gestione dei rapporti contrattuali **Master Group** si impegna a non sfruttare posizioni di dominio rispetto alle proprie controparti ed a garantire una informativa ampia ed esaustiva verso tutti i dipendenti e collaboratori coinvolti nelle attività previste dai contratti stipulati.

PROTEZIONI DELLE INFORMAZIONI

Master Group riconosce che i beni intangibili digitali hanno col tempo acquisito un'importanza sempre crescente e considera la sicurezza delle informazioni, e l'osservanza dei relativi principi di riservatezza, integrità e disponibilità dei dati, come parte integrante delle sue attività.

Master Group si impegna a proteggere i propri sistemi informativi dall'accesso illegittimo e dalla divulgazione non autorizzata delle informazioni trattate, garantendo al contempo la piena conformità alle applicabili normative in materia di protezione dei dati personali e agli standard di sicurezza delle informazioni.

AMBITO DI APPLICAZIONE CODICE ETICO

Destinatari del Codice Etico sono tutti gli Esponenti Aziendali, senza alcuna eccezione, e tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaurano rapporti o relazioni con **Master Group** ed operano per perseguirne gli obiettivi.

Ogni Esponente Aziendale, collaboratore esterno, consulente, fornitore, cliente è obbligato al rispetto del presente Codice Etico e dovrà accettarlo in forma esplicita.

Master Group richiede inoltre ai principali fornitori e partner una condotta in linea con i principi generali del presente Codice, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per perseguire un modello di produzione eticamente responsabile.

Gli Esponenti Aziendali di **Master Group** hanno l'obbligo di conoscere le norme, astenersi da comportamenti contrari ad esse, rivolgersi al superiore o all'Organismo di Vigilanza o il Comitato Etico e di Compliance di Gruppo preposti per chiarimenti o denunce, collaborare con le strutture deputate a verificare le violazioni e non nascondere alle controparti l'esistenza di un Codice. Nei rapporti d'affari, le controparti devono essere informate dell'esistenza di norme di comportamento e devono rispettarle.

L'osservanza delle norme del Codice è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di tutti i dipendenti ai sensi dell'art. 2104 del Codice Civile Italiano.

Master Group, attraverso i suoi Esponenti Aziendali, si impegna a collaborare con ogni Autorità Pubblica, a favorire una cultura aziendale caratterizzata dalla consapevolezza di controlli esistenti e dalla mentalità orientata all'esercizio del controllo. Cercherà, inoltre, di approfondire e aggiornare il Codice Etico al fine di adeguarlo all'evoluzione della sensibilità civile e delle normative di rilevanza per il Codice Etico stesso. In particolare, il management è tenuto ad osservare il Codice nel proporre e realizzare i progetti, le azioni e gli investimenti della società e i componenti del Consiglio di Amministrazione, nel fissare gli obiettivi di impresa, devono ispirarsi ai principi del Codice. Coloro che occupano posizioni di responsabilità in **Master Group** (i soggetti apicali) sono infatti tenuti ad essere d'esempio per i propri dipendenti, a indirizzarli all'osservanza del Codice e a favorire il rispetto delle norme. Devono inoltre riferire all'Organismo preposto tutte le informazioni utili circa eventuali carenze nei controlli, comportamenti sospetti ecc., e modificare i sistemi di controllo della propria funzione su indicazione dell'Organismo stesso.

SEGNALAZIONI DELLE VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO

È compito dei Soggetti preposti di segnalare, ai soggetti aziendali deputati all'irrogazione delle sanzioni, le violazioni commesse dagli Esponenti Aziendali o dai collaboratori esterni della società ai relativi responsabili, proponendo l'adozione di adeguate misure disciplinari.

Master Group ha attivato adeguati canali di comunicazione, consistenti in specifici indirizzi di posta elettronica e in una piattaforma online, attraverso i quali i soggetti cointeressati possano rivolgere le proprie segnalazioni in merito all'applicazione o alle violazioni del Codice. In alternativa, tutti i soggetti cointeressati possono segnalare, per iscritto e in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico ai Soggetti preposti alla vigilanza in materia di attuazione del Codice stesso.

Il Soggetto preposto competente per la gestione della segnalazione conseguentemente:

- provvede a un'analisi della segnalazione, fornendo un riscontro all'autore della segnalazione e ascoltando, quando necessario, il responsabile della presunta violazione;
- agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione;
- assicura la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge;
- in caso di accertata violazione del Codice Etico, riporta la segnalazione e gli eventuali suggerimenti ritenuti necessari al vertice aziendale o alle funzioni interessate, secondo la gravità delle violazioni;
- questi definiscono i provvedimenti da adottare secondo le normative in vigore e secondo il sistema disciplinare adottato dalla Società; ne curano l'attuazione e riferiscono l'esito al Soggetto preposto al monitoraggio del Codice Etico.

COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE CODICE ETICO

Master Group si impegna a favorire e garantire adeguata conoscenza del Codice Etico divulgandolo presso i soggetti cointeressati mediante apposite e adeguate attività di comunicazione.

Affinché chiunque possa uniformare i suoi comportamenti a quelli qui descritti, **Master Group** assicurerà un adeguato programma di formazione e una continua sensibilizzazione dei valori e delle norme etiche contenuti nel Codice.

APPENDICE DI DETTAGLIO AI FINI DEL D.LGS. 231/2001

Il richiamo che viene fatto di seguito ad articoli di legge o norme specifiche dell'ordinamento giuridico italiano è conseguenza dell'inserimento del Codice Etico quale elemento dell'ambiente generale di controllo definito e formalmente esplicitato ai sensi del Decreto Legislativo 231/01, ai sensi del quale è anche individuato uno specifico Organismo di Vigilanza (Soggetto preposto).

A tal riguardo **Master Group** è consapevole del fatto che l'integrità e i valori etici sono elementi essenziali dell'ambiente di controllo della propria organizzazione e che essi incidono significativamente sulla progettazione, sull'amministrazione e sull'operatività quotidiana del proprio business. Affinché non vi siano incertezze o fraintendimenti su ciò che **Master Group** richiede agli Esponenti Aziendali rispetto a tali aspetti, il presente Codice e il modo in cui esso è inserito nella struttura di controllo dell'organizzazione saranno oggetto di ricorrenti azioni di formazione e comunicazione affinché lo stesso entri sempre più a far parte di una cultura aziendale consapevole, diventando così patrimonio comune condiviso a tutti i livelli.

TUTELA DEL CAPITALE SOCIALE, DEI CREDITORI E DEL MERCATO

Uno degli aspetti centrali che qualificano la condotta di **Master Group** è costituito dal rispetto dei principi di comportamento intesi a garantire l'integrità del capitale sociale, la tutela dei creditori e dei terzi che instaurano rapporti con la Società (Azienda o Gruppo).

Tali valori sono tutelati anche da norme penali che in Italia, ai sensi del D.Lgs. 231/01, possono costituire fonte di responsabilità per **Master Group** ove le fattispecie di reato siano realizzate nell'interesse della Società (Azienda o Gruppo) stessa.

A tal fine è posto l'espreso divieto a carico degli Esponenti Aziendali di attuare, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti tali da integrare le fattispecie di reato previste dall'art. 25 ter del D.Lgs. 231/01 e attuare, 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, ovvero comportamenti che possano favorire la commissione dei già menzionati reati.

Tutti gli Esponenti Aziendali, nell'ambito delle funzioni e attività svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo e sono tenuti a comunicare in forma scritta, al superiore e all'Organismo di Vigilanza, le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità contabili delle quali fossero venuti a conoscenza.

A titolo esemplificativo si riportano alcuni tra i più significativi riferimenti legislativi sui Reati Societari:

- False comunicazioni sociali (art. 2621 c.c.);
- False comunicazioni sociali in danno dei soci o dei creditori (art. 2622 commi 1 e 3 c.c.);
- Falso in prospetto (art. 2623, commi 1 e 2 c.c.);
- Impedito controllo (art. 2625, comma 2 c.c.);
- Formazione fittizia del capitale (art. 2632 c.c.);
- Indebita restituzione dei conferimenti (art. 2626 c.c.);
- Illegale ripartizione degli utili e delle riserve (art. 2627 c.c.);
- Illecite operazioni sulle azioni o quote della società controllante (art. 2628 c.c.);
- Operazioni in pregiudizio dei creditori (art. 2629 c.c.);
- Illecita influenza sull'assemblea (art. 2636 c.c.);
- Aggiotaggio (art. 2637 c.c.);
- Ostacolo all'esercizio delle funzioni delle Autorità Pubbliche di vigilanza (art. 2638, commi 1 e 2 c.c.).

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

L'assunzione di impegni con le Istituzioni Pubbliche Locali, Statali, Comunitarie e Internazionali è riservata esclusivamente alle funzioni preposte e autorizzate. Per questo motivo è opportuno che venga raccolta e conservata la documentazione che riassume le modalità attraverso le quali **Master Group** è entrata in contatto con le Istituzioni. Ogni rapporto con le Istituzioni Locali, Nazionali, Internazionali o Comunitarie è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a esplicitare l'attività di **Master Group**, a rispondere a richieste informali o ad atti di sindacato ispettivo (interrogazioni, interpellanze), o comunque a rendere nota la posizione dell'Azienda su temi rilevanti.

È fatto assoluto divieto di:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale;
- offrire o in alcun modo fornire omaggi, regalie e altre forme di benefici;
- sollecitare od ottenere informazioni riservate.

Inoltre, è fatto divieto agli Esponenti Aziendali, ai collaboratori esterni e ai consulenti delle Società del Gruppo e ai terzi di:

- falsificare e/o alterare i rendiconti al fine di ottenere un indebito vantaggio o qualsiasi altro beneficio per la Società o per il Gruppo;
- falsificare e/o alterare i dati documentali al fine di ottenere il favore o l'approvazione di un progetto non conforme alle normative vigenti in materia;
- destinare fondi pubblici a finalità diverse da quelle per cui si sono ottenuti.

CONFLITTO D'INTERESSI

Per garantire la massima trasparenza, **Master Group** e i propri dipendenti si impegnano a non trovarsi in situazioni di conflitto di interessi con dipendenti di qualsiasi Authority e loro familiari. Ciascun Esponente Aziendale che ritenga di trovarsi in una situazione di conflitto tra il proprio interesse personale, per suo conto o per conto di terzi, e gli interessi della Società, deve darne comunicazione immediata secondo l'opportunità, al proprio superiore gerarchico, al Consiglio di Amministrazione, al Soggetto preposto/Comitato Etico, restando valide le norme specifiche previste dal Codice Civile. In particolare, gli Esponenti Aziendali e le altre persone o entità con possibilità oggettiva di influenzare le scelte della Società, devono evitare assolutamente di utilizzare, anche solo implicitamente, la propria posizione per influenzare decisioni a proprio favore o a favore di parenti, amici e conoscenti per fini prettamente personali di qualunque natura essi siano.

OMAGGI, REGALIE E ALTRE FORME DI BENEFICI

Gli Esponenti Aziendali di **Master Group** non devono accettare, neanche in occasione di festività, regali e altre utilità correlati alle loro attività professionali e che non siano di modico valore.

Ogni Esponente Aziendale che riceva, direttamente o indirettamente, richieste o offerte di omaggi o benefici eccedenti l'importo di riferimento, deve essere autorizzato dal responsabile di direzione o dal superiore diretto, se dipendente, e deve darne comunicazione al Soggetto preposto. Gli Esponenti Aziendali non chiedono per sé o per gli altri, né accettano regali o altre utilità da un subordinato o da suoi parenti. Il dipendente non offre regali o altre utilità a un sovraordinato o ai suoi parenti o conviventi, salvo quelli d'uso di modico valore. In ogni caso, gli Esponenti Aziendali di **Master Group** si astengono da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dagli eventuali codici etici delle aziende o degli enti con i quali si hanno rapporti.