

IL CODICE ETICO



MASTER GROUP SPORT S.R.L. – Codice Etico

Via Copernico, 28 – 20125 Milano - Tel. +39.02.67373810 Fax. +39.02.67373850

C.F. 12785760153 – PEC amministrazione@pec.mgsport.com

Sommario

<i>Introduzione</i>	3
a. Master Group Sport.....	3
b. Obiettivi del Codice Etico.....	3
c. La struttura del Codice Etico.....	4
1. <i>Principi generali</i>	5
a. i «Destinatari».....	5
b. La Mission.....	5
c. Condivisione del Codice Etico.....	5
d. Etica del lavoro.....	5
2. <i>Il rispetto della legge</i>	7
a. Normativa e regolamenti.....	7
b. Tutela della trasparenza nel <i>business</i>	7
c. La privacy.....	7
d. La tutela della salute, dell'igiene e della sicurezza dei propri dipendenti.....	7
e. La tutela dell'ambiente.....	7
f. i rapporti con la pubblica amministrazione e gli organi pubblici.....	8
g. la corruzione fra privati.....	8
h. i rapporti con la magistratura, la forza pubblica e gli enti ispettivi.....	8
i. divieto di infrazione di norme aventi ad oggetto la repressione di reati societari.....	9
3. <i>Lo sviluppo del business attraverso l'etica</i>	10
a. prospettive e valori.....	10
b. La promozione delle pari opportunità.....	10
c. Il personale, la sua formazione.....	11
d. Richiesta ed utilizzo di finanziamenti pubblici.....	11
e. Omaggi, regalie e altre forme di benefici.....	11
f. Controllo e trasparenza contabile.....	11
4. <i>Disposizioni di attuazione</i>	13
a. la diffusione del Codice Etico.....	13
b. Violazioni e conseguenza sanzionatorie.....	13
5. <i>Approvazione del Codice Etico e sue eventuali modifiche</i>	14
a. Entrata in vigore del Codice Etico.....	14

Introduzione

A. MASTER GROUP SPORT

Dal 1996, Master Group Sport S.r.l. (di seguito, anche, «Master Group Sport») opera al fianco di istituzioni sportive e aziende presenti sul territorio nazionale ed internazionale, attraverso l'organizzazione dei più importanti eventi sportivi e la gestione delle attività di sponsorizzazione.

Dal 2000, Master Group Sport collabora con FIGC nella realizzazione di progetti di marketing e comunicazione che accompagnano i massimi eventi calcistici, come Campionati Mondiali ed Europei di Calcio.

Master Group Sport gestisce inoltre i principali avvenimenti calcistici nazionali in collaborazione con la Lega Calcio Serie A e Serie B: dall'ideazione strategica alla produzione sul campo, fino alla gestione dei partner coinvolti (Cerimonia Scudetto, Finale Tim Cup, Supercoppa Italiana, Presentazione dei Calendari, Cerimonia di assegnazione titolo Campionato Serie B).

Dal 2010, Master Group Sport supporta il Coni nell'ambito delle Olimpiadi Invernali ed Estive, attraverso il coordinamento di Casa Italia e la gestione degli sponsor del Comitato Olimpico Nazionale.

Il 2011 è stato per Master Group Sport l'anno dell'avvicinamento al mondo del volley rosa diventando l'agenzia marketing di riferimento della Lega Pallavolo Serie A Femminile, attraverso l'acquisizione dei diritti marketing e promo-pubblicitari.

Unicità ed esclusività sono gli elementi su cui si fonda la *vision* di Master Group Sport che lega le emozioni dello sport ed il know-how acquisito per far vivere ai propri

partner esperienze che vanno oltre l'ordinario.

Master Group Sport propone dunque svariate tipologie di servizi alle aziende, come ideazione e realizzazione di progetti di marketing, organizzazione di grandi eventi sportivi, ricerca di testimonial, attività di PR e ufficio stampa, attività di consulenza e gestione dei contratti di sponsorizzazione, servizi di *corporate hospitality*, con un unico obiettivo: accrescere la *brand equity* dei propri *partner*.

B. OBIETTIVI DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico di Master Group Sport (di seguito, anche, «Codice Etico») ha l'obiettivo di ispirare e indirizzare la gestione e l'azione della nostra società verso criteri di legalità, lealtà, rispetto delle persone, correttezza professionale ed economicità nei rapporti interni ed esterni a Master Group Sport.

Tali azioni hanno lo scopo di soddisfare le richieste e le esigenze di tutti i soggetti che a vario titolo sono coinvolti nella nostra azione sì da migliorare la reputazione della nostra società.

Master Group Sport, quindi, non abdicerà mai ai suoi valori, per nessuna ragione, recedendo, anzi, da qualsiasi attività, con chiunque posta in essere, che contrasti gli obiettivi del Codice Etico.

Con il presente documento, quindi, riepiloghiamo i valori, la nostra cultura aziendale e le regole di comportamento a cui Master Group Sport e tutti i suoi collaboratori dovranno sottostare.

C. LA STRUTTURA DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico si applica a tutti i soggetti che a vario titolo operano in Master Group Sport, senza distinzione di cariche o inquadramento professionale.

Il Codice Etico è suddiviso nelle seguenti parti:

- Principi generali
- Il rispetto della legge
- Lo sviluppo del business attraverso l'etica
- Disposizioni di attuazione
- Approvazione del Codice Etico e sue eventuali modifiche

1. Principi generali

A. I «DESTINATARI»

Il Codice Etico si applica a tutti coloro che collaborano con Master Group Sport, più specificamente:

- I rappresentanti degli Organi sociali e tutti coloro che rivestono funzioni di amministrazione o direzione o controllo della Compagine, ivi compresi coloro che ne hanno la rappresentanza e/o la dirigenza;
- I dipendenti, i partner e gli eventuali collaboratori indipendenti;
- I fornitori di beni o servizi, gli istituti di credito, le pubbliche autorità i quali devono interagire e relazionarsi con Master Group Sport solo avendo presa buona nota dei principi su cui la stessa fonda il proprio modo di operare sul mercato.

I primi possono considerarsi *internal stakeholders*, gli ultimi, invece, *external stakeholders*.

Essi saranno individuati, singolarmente o congiuntamente, «Destinatari».

B. LA MISSION

La Mission è quella di porsi al fianco delle istituzioni sportive più importanti attraverso l'organizzazione dei più importanti eventi sportivi e di tutte le attività di sponsorizzazione.

In altre parole, il *core business* di Master Group Sport può essere riassunto in due tipologie di progetti:

- offriamo consulenza e sviluppiamo le strategie migliori per tutto ciò che attiene al *marketing* e alla comunicazione a clienti privati e pubblici;

- gestiamo i principali avvenimenti sportivi nazionali e internazionali in collaborazione con Leghe Professionistiche e Società Sportive Professionistiche (principalmente ma non esclusivamente Calcio, Basket e Pallavolo).

C. CONDIVISIONE DEL CODICE ETICO

Tutti, in Master Group Sport, devono conoscere i principi comportamentali e di intenti su cui la stessa fonda il proprio operato.

Solo una condivisione di detti valori – da considerarsi prima di tutto come risorsa stessa di Master Group Sport – può, infatti, dar vita ad una vera e propria applicazione del Codice Etico.

Vivere in modo etico la *mission* aziendale e trasmettere ai terzi i medesimi principi è parte degli impegni professionali di cui Master Group Sport chiede il rispetto da parte di tutti i Destinatari. Un impegno, e ancor prima uno sforzo, etico che Master Group Sport chiede ai Destinatari di diffondere i valori e i principi ispiratori della *mission*.

D. ETICA DEL LAVORO

Tutti i Destinatari si impegnano nei confronti di Master Group Sport a profondere il massimo impegno nel lavoro, a potenziare e migliorare le proprie competenze, compatibilmente con le aspettative del datore di lavoro, con le proprie capacità e possibilità.

Tutte le informazioni acquisite dai Destinatari nell'ambito dei lavori con Master Group Sport devono restare riservate, non possono essere divulgate salvo che per obblighi di legge o accordi contrattuali e salve le opportune autorizzazioni di Master Group Sport.

L'interesse di Master Group Sport – che non deve mai confliggere con i principi e le norme del Codice Etico – deve sempre ispirare i Destinatari i quali non possono mai essere portatori di interessi personali e confliggenti con quello della società.

2. Il rispetto della legge

A. NORMATIVA E REGOLAMENTI

I Destinatari del Codice Etico sono tenuti:

- al rispetto della normativa e dei regolamenti vigenti nei Paesi in cui operano;
- all'osservanza delle linee guida, dei protocolli, delle procedure e dei regolamenti aziendali;
- ad osservare gli obblighi di diligenza e fedeltà di cui agli artt. 2104 e 2105 cod. civ;
- ad adempiere con diligenza alle prescrizioni comportamentali contenute nel CCNL applicabile.

B. TUTELA DELLA TRASPARENZA NEL BUSINESS

Master Group Sport agisce in massima trasparenza nella conduzione dei propri affari, ivi comprese le transazioni commerciali ed economiche che ne discendono.

Ciò, con il principale obiettivo di contrastare fenomeni di riciclaggio, autoriciclaggio e ricettazione.

C. LA PRIVACY

Master Group Sport opera in conformità al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati – Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 nonché alla legislazione italiana in materia.

Tutela i dati personali di cui entra in possesso e adotta le misure di conservazione e segregazione più

opportune in considerazione della propria operatività concreta.

Esegue solo i trattamenti necessari allo sviluppo della propria *mission*.

D. LA TUTELA DELLA SALUTE, DELL'IGIENE E DELLA SICUREZZA DEI PROPRI DIPENDENTI

Master Group Sport conosce ed osserva le disposizioni del decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81 (c.d. «T.U. 81/2008»).

A tal proposito Master Group Sport predispone e mantiene ambienti di lavoro sicuri e salubri, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori.

È fatto divieto di fumare nei luoghi – ancorché non espressamente vietati – nei quali ciò possa generare pericolo per la sicurezza e per la salute delle persone e in tutte le situazioni di costante condivisione degli stessi ambienti di lavoro da parte di più persone.

Master Group Sport non dimentica di valorizzare, riconoscere e garantire l'importanza del benessere psicologico dei propri collaboratori mediante una politica di lavoro orientata al rispetto della persona nella sua complessità ed interezza.

E. LA TUTELA DELL'AMBIENTE

Per espressa definizione legislativa l'ambiente deve essere inteso quale «sistema di relazioni fra i fattori antropici, naturalistici, chimico-fisici, climatici, paesaggistici, architettonici, culturali, agricoli ed economici, in conseguenza dell'attuazione sul

territorio di piani o programmi o di progetti nelle diverse fasi della loro realizzazione, gestione e dismissione, nonché di eventuali malfunzionamenti».

Master Group Sport mira a proteggere una relazione di equilibrio e bilanciamento fra l'attività dell'uomo e la natura.

Prima di tutto, Master Group Sport persegue tale obiettivo mediante lo strumento della precauzione e quindi della gestione dei rischi per la salute umana o per l'ambiente medesimo.

Del pari, al contempo, Master Group Sport promuove la cooperazione e l'interazione tra i propri membri, la propria *Governance* e i poteri statuali.

F. IL RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E GLI ORGANI PUBBLICI

Massima trasparenza e tracciabilità delle operazioni per un dialogo vero e proficuo con gli Enti Pubblici. Queste sono le prerogative di Master Group Sport realizzate mediante un flusso continuo di dati e informazioni fra la propria *Governance*, i propri collaboratori e, ove necessario, la Pubblica Amministrazione medesima.

Master Group Sport condanna ogni comportamento che possa essere ricondotto alla categoria di illeciti disciplinati nel Titolo II del Codice Penale intitolato «Dei delitti contro la pubblica amministrazione».

Proprio per tali ragioni, quindi, è richiesto a tutti i Dipendenti di:

- evitare comportamenti che possano anche solo astrattamente ingenerare ipotesi delittuose di quelle sopra individuate;

- intrattenere rapporti con la P.A. solo mediante flussi scritti di comunicazione;
- archiviare le comunicazioni di cui al punto che precede;
- relazionare i vertici societari con cadenza trimestrale in ordine ai rapporti intrattenuti con la P.A., le ragioni degli stessi e gli esiti riscontrati;
- non diffondere informazioni mendaci in nome e per conto dell'azienda;
- non anteporre propri personali interessi a quelli di Master Group Sport;
- non effettuare pagamenti privi di base giustificativa scritta o in contanti. In ogni caso tutti i pagamenti dovranno essere autorizzati in anticipo per iscritto da parte del Responsabile all'uopo incaricato.

G. LA CORRUZIONE FRA PRIVATI

È vietato offrire, promettere o dare – anche per interposta persona – denaro o altra utilità non dovuta a soggetti apicali, a loro sopposti, a Organi di controllo o a qualsivoglia ulteriore soggetto impiegato in altre Società o appartenente ad Enti privati affinché compiano od omettano un atto in violazione dei loro obblighi di lealtà, ovvero degli obblighi inerenti al loro Ufficio.

H. I RAPPORTI CON LA MAGISTRATURA, LA FORZA PUBBLICA E GLI ENTI ISPETTIVI

Master Group Sport assicura massima cura e la più proficua collaborazione con i soggetti sopra citati.

Alcun comportamento ostruzionistico viene ammesso e tollerato da parte di Master Group Sport nei confronti di coloro che non assicurino piena disponibilità nel

far eseguire accessi e verifiche, ove necessario ai fini di giustizia.

I. DIVIETO DI INFRAZIONE DI NORME AVENTI AD OGGETTO LA REPRESSIONE DI REATI SOCIETARI

Chi rappresenta Master Group Sport deve certamente trasmettere i valori dell'azienda anche e soprattutto a chi non ne fa parte.

Per tali ragioni Master Group Sport proprio da costoro pretende massima lealtà e completa adesione ai precetti etici di cui intende forgiarsi.

In via generale, a tali soggetti è richiesto di:

- tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e delle procedure aziendali interne, in tutte le attività finalizzate alla formazione del bilancio e delle altre comunicazioni sociali, al fine di fornire ai soci ed ai terzi un'informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società;
- osservare rigorosamente tutte le norme poste dalla legge a tutela dell'integrità ed effettività del capitale sociale al fine di non ledere le garanzie dei creditori e dei terzi in genere;
- rispettare i principi civilistici e quelli redatti dall'Organismo Italiano della Contabilità nonché quelli di rilievo internazionale dettati dall'International Accounting Standard Board;
- assicurare il regolare funzionamento della Società e degli Organi sociali, garantendo ed agevolando ogni forma di controllo interno sulla gestione so-

ciale previsto dalla legge, nonché la libera e corretta formazione della volontà assembleare;

- effettuare con tempestività, correttezza e buona fede tutte le comunicazioni previste dalla legge nei confronti delle Autorità di Vigilanza, non frapponendo alcun ostacolo all'esercizio delle funzioni di vigilanza da questi esercitate.

3. Lo sviluppo del business attraverso l'etica

A. PROSPETTIVE E VALORI

Master Group Sport agisce attraverso una conduzione aziendale aperta al confronto e al sostegno dei bisogni dei propri interlocutori.

Non prima di considerare però le esigenze interne alla propria struttura.

Innovazione e competitività sono, del resto, controbilanciate dal senso di dovere e dal rispetto per l'altro.

Sono per questo vivamente scoraggiati comportamenti sleali e discriminatori fra colleghi, dirigenti e *Governance*.

La valorizzazione dell'azienda passa infatti anche dallo spirito di collaborazione dei propri *partner*, i quali agiscono verso l'esterno come un *unicum* unito e compatto.

Master Group Sport aspira a mantenere e sviluppare un rapporto di fiducia con i propri *stakeholder*, il cui apporto è necessario per raggiungere la *mission* della società.

La ricerca di un rapporto chiaro con gli *stakeholders* qualifica e protegge la reputazione di Master Group Sport.

B. LA PROMOZIONE DELLE PARI OPPORTUNITÀ

I diritti umani sono da Master Group Sport sempre anteposti agli interessi di mercato.

Fra questi, Master Group Sport riconosce l'assoluta importanza di operare garantendo pari opportunità per tutti coloro che intendono avvicinarsi e in qualsiasi modo fare parte della società.

Nella designazione delle persone o nella loro valorizzazione non vi è distinzione di razza, nazionalità, sesso, età, orientamento sessuale, opinione politica o sindacale, indirizzi filosofici o convinzioni religiose. Né, parimenti, assume rilievo qualsivoglia ulteriore elemento che possa in qualche modo distinguere e caratterizzare le persone, salvo non si faccia riferimento a titoli e meriti conseguiti dalle medesime.

Questo proprio perché per Master Group Sport le persone costituiscono il cuore della propria impresa e sono l'immagine etica della stessa per tutti i suoi *stakeholder*.

È richiesto a tutti i Destinatari di:

- non tollerare molestie sessuali e vessazioni fisiche o psicologiche, in qualsiasi forma ed ambito esse si manifestino;
- ascoltare le richieste di colleghi, clienti e fornitori senza alcun preconcetto o comportamento volto esclusivamente alla difesa della propria posizione ed operato;
- evitare, nell'espletamento dei propri compiti, di assumere decisioni o svolgere attività contrarie o in conflitto con gli interessi dell'azienda o comunque non compatibili con l'osservanza dei doveri di ufficio;
- mostrare sensibilità e rispetto nei confronti degli altri astenendosi da qualsiasi comportamento che possa essere considerato offensivo;
- operare nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti, non solo legislativi ma anche aziendali.

Master Group Sport agisce nel rispetto dei valori di integrità, onestà, correttezza e lealtà.

Per tali ragioni, dunque, la società, onde scongiurare il verificarsi di illeciti penali ed amministrativi al proprio interno autodisciplina la sua struttura operativa mediante un sistema di controllo trasversale e multi-livello:

- offrendo canali di segnalazione, anche anonima, ai Destinatari;
- garantendo la comunicazione fra i propri collaboratori;
- riconoscendo importanza ai valori dell'ascolto, della chiarezza, della trasparenza e della collaborazione.

C. IL PERSONALE, LA SUA FORMAZIONE

Master Group Sport cura la formazione di tutto il personale e favorisce la partecipazione a eventuali corsi di aggiornamento e a programmi formativi in relazione e concomitanza con il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Il sistema valutativo aziendale è gestito in modo trasparente e oggettivo. Esso deve tenere in opportuna considerazione l'osservanza da parte del personale delle norme del Codice Etico, che costituisce presupposto per rafforzare la motivazione, premiare con equità e favorire il conseguimento di risultati di eccellenza.

D. RICHIESTA ED UTILIZZO DI FINANZIAMENTI PUBBLICI

Master Group Sport tutela i valori e i principi del Codice Etico di comportamento non soltanto direttamente ma anche indirettamente, ovvero rifiutando ogni possi-

bile forma di finanziamento che possa favorire o alimentare una qualsiasi delle condotte difformi dalle indicazioni normative del testo in oggetto o che, ovviamente, possa ingenerare comportamenti *contra legem*.

E. OMAGGI, REGALIE E ALTRE FORME DI BENEFICI

È fatto assoluto divieto per tutti coloro che collaborano con Master Group Sport offrire o ricevere, direttamente o indirettamente, denaro, regali, o altre forme di *benefit* di qualsiasi natura a titolo personale a/da dirigenti, funzionari o impiegati di clienti, fornitori appartenenti ad altri enti ovvero ad Enti della P.A., Istituzioni Pubbliche o altre Organizzazioni allo scopo di trarre indebiti vantaggi ovvero di influenzare l'autonomia di discernimento del destinatario.

Atti di cortesia, come omaggi e forme di ospitalità sono consentiti, purché di modico valore e tali da poter essere considerati usuali in relazione alla ricorrenza, da non compromettere l'integrità e la reputazione e da non influenzare l'autonomia di giudizio del destinatario. In ogni caso, tali spese non devono superare il limite di Euro 100,00 e devono essere autorizzate dall'Amministratore Delegato e/o dal Direttore Generale di Master Group Sport per iscritto.

F. CONTROLLO E TRASPARENZA CONTABILE

Tutti coloro che operano in Master Group Sport, direttamente o indirettamente in nome e per conto della stessa, si impegnano congiuntamente per una

gestione trasparente della contabilità societaria.

Ciò, anche ai fini della tutela dei terzi.

Vengono, pertanto, promosse all'interno di Master Group Sport politiche e procedure orientate alla tracciabilità delle operazioni e dei flussi finanziari, tali da poter assicurare la piena veridicità dei riscontri contabili sotto il profilo normativo ed economico.

Master Group Sport si adopera nella formazione delle proprie scritture e nella redazione del bilancio facendo piena applicazione di tutte le disposizioni di legge vigenti.

4. Disposizioni di attuazione

A. LA DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico ed i suoi aggiornamenti sono portati a conoscenza di tutti i Destinatari (interni ed esterni) mediante adeguata attività di comunicazione e diffusione affinché vengano conosciuti ed applicati i valori ed i principi in esso contenuti e si eviti che l'iniziativa individuale possa generare comportamenti non coerenti con il profilo etico che Master Group Sport persegue.

Una copia cartacea del Codice Etico è consegnata a ciascun consigliere, dipendente e collaboratore all'atto, rispettivamente, della nomina, dell'assunzione o dell'avvio del rapporto con la società.

B. VIOLAZIONI E CONSEGUENZA SANZIONATORIE

Chiunque venga a conoscenza di comportamenti che possano, anche astrattamente, configurare una violazione delle regole dettate dal Codice Etico, è tenuto a segnalarle al legale rappresentante o al direttore generale. Tale segnalazione, che avrà trattamento riservato, potrà avvenire con qualsiasi mezzo sia tramite l'invio di lettera per posta, anche interna, sia tramite e-mail indirizzata alla casella di posta elettronica etica@mgsport.com appositamente predisposta.

Master Group Sport non tollererà alcun tipo di ritorsione, discriminazione e penalizzazione per segnalazioni che siano state effettuate in buona fede e per la tutela del patrimonio e dell'immagine della società.

Nei confronti degli autori di condotte illecite saranno adottati i provvedimenti ritenuti opportuni, indipendentemente dall'eventuale esercizio dell'azione penale da parte dell'autorità giudiziaria, provvedendo a comunicare alle funzioni aziendali competenti i provvedimenti sanzionatori irrogati.

Qualora le violazioni del Codice Etico fossero attribuibile al comportamento assunto dai dipendenti di Master Group Sport, quest'ultima avrà la facoltà di adottare le misure sanzionatorie più opportune commisurando la gravità della violazione emersa alle disposizioni del CCNL di riferimento.

L'osservanza delle disposizioni del presente Codice etico deve considerarsi, infatti, parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti.

5. *Approvazione del Codice Etico e sue eventuali modifiche*

A. ENTRATA IN VIGORE DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico di Master Group Sport è stato approvato con espressa delibera del Consiglio d'Amministrazione.

È facoltà di Master Group Sport integrare, revisionare ed ampliare la portata delle disposizioni del presente testo, il quale, nella sua nuova versione, diverrà immediatamente imperativo per tutti i Destinatari non appena ad essi espressamente comunicato.

Resta chiaramente inteso che rimane esclusiva responsabilità dei Destinatari del Codice Etico adoperarsi per la migliore comprensione del testo medesimo, eventualmente anche con il supporto di Master Group Sport, la quale si rende disponibile in tal senso per il tramite dei propri amministratori.

Il Codice Etico non sostituisce le attuali e future procedure aziendali che continuano ad avere efficacia nella misura in cui le stesse non siano in contrasto con il Codice Etico.

Letto, approvato e sottoscritto a Milano, il giorno 29 ottobre 2018 dal Consiglio d'Amministrazione.

Master Group Sport S.r.l.