

*Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del
Decreto Legislativo 231/01 –*

Codice Etico

Sommario

1	INTRODUZIONE.....	3
	CODICE ETICO	3
	ADOZIONE DEL CODICE ETICO NELL' AMBITO DEL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO EX D.Lgs. 231/2001	3
	RISPETTO DELLE NORME	4
	IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI	4
	IL VALORE DELLA RECIPROCIITÀ.....	4
2	PRINCIPI GENERALI	4
	IMPARZIALITÀ.....	5
	RISERVATEZZA	5
	VALORE DELLE RISORSE	5
	INTEGRITÀ MORALE DELLA PERSONA	5
	TRASPARENZA E COMPLETEZZA DELLE INFORMAZIONI.....	5
	DILIGENZA E ACCURATEZZA NELL'ESECUZIONE DEI COMPITI E DEI CONTRATTI.....	5
	CORRETTEZZA ED EQUITÀ NELLA GESTIONE DEI RAPPORTI CONTRATTUALI.....	6
	QUALITÀ DEI SERVIZI E DEI PRODOTTI.....	6
	RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ	6
	TUTELA AMBIENTALE	6
	UTILIZZO DELLE RISORSE FINANZIARIE.....	6
	PRUDENZA	6
3	CRITERI DI CONDOTTA.....	7
	TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI.....	7
	TENUTA DELLA CONTABILITÀ E NELLA COMUNICAZIONE DELLE INFORMAZIONI ECONOMICHE, PATRIMONIALI E FINANZIARIE	7
	COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO	8
	GESTIONE DEL PERSONALE.....	8
	SICUREZZA E SALUTE.....	8
	TUTELA DELLA PRIVACY	8
	INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA.....	9
	IMPARZIALITÀ E CORRETTEZZA NEI RAPPORTI CON I CLIENTI	9
	COMUNICAZIONI AI CLIENTI	9
	STILE DI COMPORTAMENTO DEI COLLABORATORI	10
	CONTROLLO DELLA QUALITÀ	10
	COINVOLGIMENTO DELLA CLIENTELA.....	10
	SCELTA DEL FORNITORE.....	10
	INTEGRITÀ E INDIPENDENZA NEI RAPPORTI CON I FORNITORI	10
	RAPPORTI ISTITUZIONALI	11
	RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	11
4	MODALITA' DI ATTUAZIONE.....	12
	ORGANISMO DI VIGILANZA.....	12
	COMUNICAZIONE E FORMAZIONE	12
	SEGNALAZIONI ALL'ORGANISMO DI VIGILANZA	12
	VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO.....	12

Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/01 – Codice Etico –

1 Introduzione

Codice Etico

Il Codice Etico esprime l'insieme dei doveri e delle responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali in genere (collettivamente “Attività Aziendali”) di MITA Resort (la “Società”).

I destinatari del Codice Etico sono i collaboratori della Società, siano essi gli amministratori, i dipendenti, i collaboratori esterni, i liberi professionisti, i consulenti e i partners d'affari che operano attivamente a supporto nello svolgimento delle attività cosiddette sensibili e comunque tutti quei soggetti che operano sotto la direzione e vigilanza della Società (tutti tali soggetti, collettivamente, i “Destinatari”).

I principi e le norme di comportamento del Codice Etico arricchiscono i processi decisionali, la formazione professionale ed orientano i comportamenti della Società; tali norme e principi sono vincolanti, nell'ambito dello svolgimento delle Attività Aziendali, per i Destinatari e si richiede che lo siano anche per gli Interlocutori Esterni (come definiti nel successivo art. 1.4. della presente Introduzione).

Il Codice Etico si compone:

- di principi generali sulle relazioni tra la Società ed i Destinatari, tra i Destinatari al loro interno, e nei rapporti con gli Interlocutori Esterni; tali principi definiscono i valori di riferimento nelle Attività Aziendali della Società;
- di criteri di condotta che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali la Società ed i Destinatari sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- di meccanismi necessari ad attuare, monitorare e diffondere il rispetto e la conformità al Codice Etico ed indispensabili a garantire il suo continuo miglioramento.

Adozione del Codice Etico nell'Ambito del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001

La Società, sensibile all'esigenza di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione delle Attività Aziendali e di prevedere una responsabilità etica dei Destinatari, ha adottato questo Codice per mezzo di apposita delibera del Consiglio di Amministrazione.

La Società richiede inoltre a tutte le imprese collegate o partecipate nonché ai principali fornitori e clienti della Società una condotta in linea con i principi esposti nel presente Codice Etico.

L'approvazione del Codice Etico avviene nell'ambito dell'adozione da parte di MITA Resort del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001, di cui il Codice Etico è parte integrante.

Rispetto delle Norme

La Società e tutti i Destinatari si impegnano a rispettare:

- (a) tutte le leggi e le norme vigenti in ciascun Paese o contesto ove la Società esercita le proprie Attività Aziendali,
- (b) il Codice Etico (e le disposizioni del Modello di cui al punto 1.2. che precede, di cui il Codice Etico è parte integrante) e
- (c) i regolamenti interni di volta in volta applicabili (collettivamente "Norme").

Qualsiasi comportamento posto in violazione delle Norme, cui possa conseguire un rischio di coinvolgimento della Società, deve essere immediatamente interrotto e comunicato all'Organismo di Vigilanza di MITA Resort.

Il Valore della Reputazione e dei Doveri Fiduciari

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale e

- (a) all'esterno favorisce gli investimenti dei soci, la fedeltà dei clienti, l'attrazione delle migliori risorse umane, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i creditori, e l'efficacia nei rapporti con gli Interlocutori Esterni;
- (b) all'interno, essa consente di prendere e attuare le decisioni senza frizioni tra i Destinatari e di organizzare il lavoro senza controlli burocratici ed esercizi eccessivi dell'autorità.

Il Codice Etico è uno degli elementi propedeutici alla buona reputazione della Società e se ne propone pertanto la sua effettiva osservanza come uno dei termini essenziali di paragone in base al quale giudicare la reputazione della Società stessa e del Gruppo.

Il Valore della Reciprocità

Questo Codice è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno.

La Società richiede perciò che ciascuno dei Destinatari e degli Interlocutori Esterni agisca secondo principi e regole ispirate ad un'analogia idea di condotta etica.

2 PRINCIPI GENERALI

Imparzialità

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i Destinatari e con gli Interlocutori Esterni, incluse senza limitazione, la scelta dei clienti da servire, i rapporti con i soci, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni, la Società evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose.

Riservatezza

La Società assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e fermi comunque i limiti di legge. I Destinatari sono inoltre tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

Valore delle Risorse

La Società si impegna a valorizzare le proprie risorse necessarie per il raggiungimento dell'oggetto sociale ed in funzione di tale scopo la Società promuove il valore delle risorse per migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle professionalità possedute.

Integrità Morale della Persona

La Società si impegna a tutelare l'integrità morale dei Destinatari, offrendo condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri; non sono pertanto in alcun modo tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

Trasparenza e Completezza delle Informazioni

I Destinatari sono tenuti a dare informazioni complete, corrette, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nell'impostare i rapporti con l'azienda, gli interlocutori, di qualsivoglia genere, siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti. Nella formulazione dei rapporti contrattuali, la Società ha cura di specificare al contraente i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste, in modo chiaro e comprensibile.

Diligenza e Accuratezza nell'Esecuzione dei Compiti e dei Contratti

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti; la Società si impegna a non sfruttare condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

Correttezza ed Equità nella Gestione dei Rapporti Contrattuali

È da evitare che chiunque operi in nome e per conto della Società cerchi di approfittare di lacune contrattuali, o di eventi impreveduti, per rinegoziare il contratto al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza nelle quali l'interlocutore si sia venuto a trovare.

Qualità dei servizi e dei prodotti

La Società orienta la propria attività alla soddisfazione e alla tutela propri clienti dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi, ed in tal senso la Società indirizza le proprie attività di ricerca, sviluppo e commercializzazione ad elevati standard di qualità dei propri servizi e prodotti.

Responsabilità verso la Collettività

La Società è consapevole dell'influenza che le proprie attività possono avere sulle condizioni e sul benessere generale della collettività ed in tal senso opera attraverso un rigoroso programma di autocontrollo e di rispetto del Codice Etico.

Tutela Ambientale

La Società si impegna a rispettare le leggi e i regolamenti vigenti, in materia ambientale, in ogni Paese ove si svolga la sua attività.

Utilizzo delle Risorse Finanziarie

La Società richiede a tutti i soggetti che utilizzino risorse finanziarie della Società stessa di agire secondo criteri improntati a legalità e correttezza, e a informare, quando necessario o ragionevolmente opportuno, l'Organismo di Vigilanza sull'uso di esse.

Prudenza

La Società richiede che i Destinatari agiscano con piena consapevolezza dei rischi e con l'obiettivo di una sana gestione degli stessi. Tale principio si concretizza in comportamenti prudenti, soprattutto quando dalle proprie azioni e decisioni possa risultare un danno alle persone e alle cose.

3 CRITERI DI CONDOTTA

Sezione I - Criteri di condotta in generale

Trattamento delle Informazioni

Qualsiasi informazione afferente l'Attività Aziendale, i Destinatari e gli Interlocutori Esterni deve essere trattata nel pieno rispetto della riservatezza e della privacy degli interessati a quel livello di protezione previsto per ciascuna dalle norme di legge ed a tal fine sono applicate e costantemente aggiornate politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni; in particolare la Società:

- definisce un'organizzazione per il trattamento delle informazioni che assicuri la corretta separazione dei ruoli e delle responsabilità;
- classifica le informazioni per livelli di criticità crescenti e adotta opportune contromisure in ciascuna fase del trattamento;
- sottopone i soggetti terzi che intervengono nel trattamento delle informazioni alla sottoscrizione di patti di riservatezza.

Tenuta della contabilità e nella comunicazione delle informazioni economiche, patrimoniali e finanziarie

La Società si adopera per mantenere un sistema amministrativo-contabile affidabile al fine di predisporre e pubblicare dati economici e finanziari accurati e completi per una rappresentazione chiara, veritiera e corretta dei fatti di gestione, in attuazione dei principi generali di trasparenza e completezza delle informazioni e prudenza.

Inoltre, la Società si adopera per l'istituzione e l'utilizzo di idonei strumenti per identificare, prevenire e gestire i rischi di qualsivoglia natura, le frodi e i comportamenti scorretti.

I Destinatari, in ragione del proprio ruolo nella Società, si impegnano affinché le rilevazioni contabili, e i relativi documenti, siano sempre basati su informazioni precise, esaurienti e verificabili, e riflettano la natura dell'operazione cui fanno riferimento nel rispetto dei vincoli esterni (norme di legge e principi contabili), nonché delle politiche, dei regolamenti e delle procedure interne; inoltre, devono essere corredati della relativa documentazione di supporto necessaria a consentire analisi e verifiche obiettive.

Tutti i Destinatari, a qualsiasi titolo coinvolti nelle attività di formazione del bilancio e delle altre comunicazioni sociali previste dalla legge, devono tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e regolamentari e delle procedure aziendali, al fine di fornire ai Soci e al mercato finanziario in generale

un'informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società.

Comunicazione all'Esterno

La comunicazione della Società verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione ed in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi; ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività, salvaguardando, tra le altre, le informazioni price sensitive ed i segreti industriali. E' evitata ogni forma di pressione o di acquisizione di atteggiamenti di favore da parte dei mezzi di comunicazione.

Sezione II - Criteri di condotta nelle relazioni con i collaboratori

Gestione del Personale

Con riferimento alla gestione del personale, trovano, senza pregiudizio per la applicazione delle regole generali poste dal presente Codice Etico, i seguenti principi:

- la Società evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei collaboratori e nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai collaboratori e/o su considerazioni di merito;
- l'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità;
- la valutazione dei collaboratori è effettuata in maniera allargata coinvolgendo i responsabili, la Direzione del personale e, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato.

Sicurezza e Salute

La Società si impegna a rispettare la normativa vigente in tema di sicurezza sul luogo di lavoro e per realizzare tale obiettivo, si impegna a diffondere e a consolidare una cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori; la Società inoltre opera per preservare, soprattutto con azioni preventive la salute e la sicurezza dei lavoratori.

Tutela della Privacy

La privacy dei collaboratori e dei clienti è tutelata adottando standard che specificano le informazioni che la Società richiede ai Destinatari e le relative modalità di trattamento e

conservazione, essendo esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e la vita privata dei collaboratori e dei clienti.

Tali standard prevedono inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun collaboratore e cliente, delle norme a protezione della privacy; nel caso di trattamento di dati sensibili, ai sensi del D. Lgs. 196/2003, la Società adotta tutte le precauzioni necessarie e gli adempimenti prescritti dalla legge.

Integrità e Tutela della Persona

La Società si impegna a tutelare l'integrità morale dei collaboratori garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona e per questo motivo essa salvaguarda i lavoratori da atti di violenza psicologica, e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze.

Non sono ammesse molestie sessuali e devono essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

Sezione III - Criteri di Condotta nelle Relazioni con i Clienti

Imparzialità e Correttezza nei Rapporti con i Clienti

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri clienti. La contrattazione con i clienti avviene in linea con il principio normativo della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche e nella pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla Società, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono peraltro ed in ogni caso da evitare pratiche elusive o comunque scorrette.

Comunicazioni ai Clienti

Le comunicazioni ai clienti della Società, compresi i messaggi pubblicitari ed il contenuto del sito internet aziendale, sono:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;

- complete, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente;
- veri e non ingannevoli quanto al contenuto ed allo strumento di comunicazione.

Stile di Comportamento dei Collaboratori

Lo stile di comportamento della Società e dei propri collaboratori nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

Controllo della Qualità

La Società si impegna a garantire adeguati standard di qualità dei servizi/prodotti offerti sulla base di livelli predefiniti e a monitorare periodicamente la qualità percepita.

Coinvolgimento della Clientela

La Società si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti e delle associazioni a loro tutela, avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi ed è cura della Società informare i clienti del ricevimento delle loro comunicazioni e dei tempi necessari per le risposte che, comunque, dovranno essere brevi. Per garantire il rispetto di tali standard di comportamento è presente un sistema di controllo sulle procedure che regolano il rapporto con i clienti.

Sezione IV - I Criteri di Condotta nelle Relazioni con i Fornitori

Scelta del Fornitore

Ferma la applicazione delle regole generali poste nel presente Codice Etico, i processi di acquisto sono improntati in linea con i seguenti criteri:

- a. la ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società, la concessione delle pari opportunità per ogni fornitore, la lealtà e l'imparzialità;
- b. in particolare, i collaboratori addetti a tali processi sono tenuti a (i) non precludere ad alcuno in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili, e (ii) assicurare una concorrenza sufficiente.

Integrità e indipendenza nei Rapporti con i Fornitori

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri fornitori. La contrattazione con i fornitori avviene in linea con il principio normativo della buona

fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche e nella pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla Società, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono peraltro ed in ogni caso da evitare pratiche elusive o comunque scorrette.

Le relazioni con i fornitori sono oggetto di un costante monitoraggio da parte della Società e dei suoi organi preposti e la stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando ove possibile forme di dipendenza.

Sezione V - Criteri di condotta nelle relazioni con la collettività

Rapporti Istituzionali

Ogni rapporto con le istituzioni anche internazionali è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a valutare le implicazioni dell'attività legislativa e amministrativa nei confronti della Società, a rispondere a richieste informali e ad atti di sindacato ispettivo o comunque a rendere nota la posizione su temi rilevanti per la Società.

A tal fine, la Società si impegna a:

- instaurare, senza alcun tipo di discriminazione, canali stabili di comunicazione con tutti gli interlocutori istituzionali a livello internazionale, comunitario e territoriale;
- rappresentare gli interessi e le posizioni della Società in maniera trasparente, rigorosa e coerente, evitando atteggiamenti di natura collusiva.

Al fine di garantire la massima chiarezza nei rapporti, i contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente tramite referenti che abbiano ricevuto esplicito mandato dal vertice della Società.

Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I rapporti della Società con le Istituzioni Pubbliche locali, nazionali, comunitarie e internazionali sono intrattenuti dai soli Destinatari allo scopo incaricati, nel rispetto della normativa vigente.

Nei casi di partecipazione a bandi per contributi o sovvenzioni, o in generale nella richiesta di una qualche utilità nei confronti della Pubblica Amministrazione, la Società si propone di operare nel rispetto della legge e con la massima trasparenza.

In generale, nei rapporti con le Istituzioni Pubbliche e la Pubblica Amministrazione i Destinatari sono tenuti al rispetto della legge e alla massima trasparenza, chiarezza, correttezza al fine di non indurre a interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti i soggetti istituzionali, con i quali si intrattengono relazioni a vario titolo.

Le dichiarazioni rese alle Istituzioni e alla Pubblica Amministrazione devono contenere solo elementi assolutamente veritieri, devono essere complete e basate su validi documenti al fine di garantirne la corretta valutazione da parte dell'Istituzione Pubblica e Pubblica Amministrazione interessata.

4 MODALITA' DI ATTUAZIONE

Organismo di Vigilanza

Con la approvazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001, (“Modello”) di cui il Codice Etico è parte integrante, è stato istituito l'Organismo di Vigilanza di MITA Resort, organo interno della Società a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento del Modello e curarne l'aggiornamento.

Comunicazione e formazione

E' compito dell'Organismo di Vigilanza assicurarsi che il Codice Etico sia portato alla conoscenza di tutti i Destinatari e nella misura massima possibile degli Interlocutori Esterni.

Allo scopo di favorire la corretta comprensione del Codice Etico, la funzione del personale della Società predispone un piano di formazione ed informazione, in coerenza con quanto già previsto dal Modello di organizzazione, gestione e controllo.

Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza

Tutti i Destinatari sono tenuti a comunicare direttamente, senza obbligo di passare per via gerarchica, all'Organismo di Vigilanza, situazioni, fatti o atti che, nell'ambito della Attività Aziendale, si pongano in violazione con le disposizioni del Codice Etico.

Violazioni del Codice Etico

L'Organismo di Vigilanza accerta le violazioni del Codice Etico e comunica, con sufficiente dettaglio di informazioni, le proprie risultanze all'organo competente della Società per l'adozione dei provvedimenti o delle sanzioni del caso, in coerenza con quanto previsto dettagliatamente nel Modello di organizzazione, gestione e controllo della Società.