

- a) PREMESSA
- b) SOGGETTI COINVOLTI
- c) NORME DI COMPORTAMENTO E DISPOSIZIONI OPERATIVE

2.10.a) Premessa

Le sponsorizzazioni hanno un rilievo potenziale per il Modello, in quanto è da considerare il rischio potenziale che le elargizioni siano volte ad alimentare i cd. "fondi neri" o destinate, indirettamente, a pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio che hanno rapporti diretti con la Società, allo scopo esclusivo di alterarne significativamente l'indipendenza di giudizio e di procurare ad SISTEMA AMBIENTE S.p.A. un vantaggio ingiusto.

2.10.b) Soggetti interessati

- Consiglio di amministrazione
- Presidente
- Amministratore delegato
- Direttore generale

2.10.c) Norme di comportamento e disposizioni operative

Il processo concerne il sostenimento di spese a favore di soggetti terzi per la promozione dell'immagine della società.

Il processo si articola nelle seguenti fasi:

- individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e del partner potenziale;
- negoziazione e contrattualizzazione dell'impegno;
- gestione operativa del contratto;
- rilascio benestare, contabilizzazione e pagamento fatture.

SISTEMA AMBIENTE S.p.A.

Il sistema di controllo si basa sugli elementi essenziali della definizione di criteri per l'individuazione dei progetti di sponsorizzazione e della adeguata strutturazione contrattuale.

In particolare, gli elementi specifici di controllo sono di seguito rappresentati.

- Esistenza di soggetti diversi operanti nelle seguenti fasi/attività del processo:
 - o approvazione del Piano dei Progetti di Sponsorizzazione (qualora sia redatto tale documento),
 - o stipulazione dei contratti,
 - o pagamento degli impegni assunti.
- Definizione e formale diffusione da parte del CdA di criteri per la selezione delle proposte di sponsorizzazione (criteri di individuazione degli ambiti – sociale, culturale, sportivo, ecc. –, delle caratteristiche dell'iniziativa e dei requisiti dei partner, importo massimo).
- Utilizzo di idonei dispositivi contrattuali.
- Formalizzazione degli eventuali rapporti con soggetti esterni (consulenti, terzi rappresentanti o altro) incaricati di svolgere attività a supporto della società, prevedendo nei contratti una specifica clausola che li vincoli al rispetto dei principi etico-comportamentali adottati dalla società.
- Tracciabilità delle singole fasi del processo per consentire la ricostruzione delle responsabilità e delle motivazioni delle scelte.
- Autorizzazione per i singoli interventi di importo unitario (da intendersi per singolo beneficiario) non superiore ad Euro 2.000 da parte del Presidente.
- Il Presidente potrà autorizzare gli interventi di sponsorizzazione per un importo complessivo annuo non superiore ad Euro 15.000.
- Il CdA è l'organo competente per l'approvazione di sponsorizzazioni che superano i limiti (unitario e complessivo) sopramenzionati.
- Il soggetto beneficiario della sponsorizzazione dovrà produrre un'attestazione con la quale dichiara l'effettività dell'evento oggetto della sponsorizzazione e informa circa le modalità di pubblicizzazione del marchio "Sistema Ambiente".
- Invio all'OdV di specifici flussi informativi.