

EUROPAM S.p.A. MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO EX D.LGS. 231/01

Parte speciale 7 - gestione delle vendite rete ed extrarete

1. I reati relativi alla gestione delle vendite rete ed extrarete

La presente Parte Speciale si riferisce ad alcuni reati, inseriti all'interno del D. Lgs. 231/2001, accomunati dal loro impatto sulla gestione dei processi di vendita rete ed extra rete di Europam S.p.A..

Nell'analisi delle fattispecie rilevanti il rischio di commissione di illeciti riconducibili alle famiglie di reato di cui alle seguenti disposizioni del D.Lgs. 231/2001 è di seguito rappresentato:

- Art. 24: (*"Indebita percezione di erogazioni, truffa in danno dello Stato, di un ente pubblico o dell'Unione Europea o per il conseguimento di erogazioni pubbliche, frode informatica in danno dello Stato o di un ente pubblico e frode nelle pubbliche forniture"*);
- Art. 24 bis (*"Delitti informatici e trattamento illecito di dati"*);
- Art. 25 bis (*"Falsità in monete, in carte di pubblico credito, in valori di bollo e in strumenti o segni di riconoscimento"*);
- Art. 25 bis 1 (*"Delitti contro l'industria e il commercio"*);
- Art. 25 ter (*"Reati societari"*, inclusa la corruzione tra privati);
- Art. 25 octies (*"Ricettazione, riciclaggio e impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita, nonché autoriciclaggio"*);
- Art. 25 octies 1 (*"Delitti in materia di strumenti di pagamento diversi dai contanti"*);
- Art. 25 quinquiesdecies (*"Reati tributari"*).

2. Le attività sensibili

Nell'ambito delle analisi condotte all'interno del *risk assessment* Europam S.p.A. ha identificato le attività sensibili. I principi di controllo successivamente menzionati si applicano a tutti i Destinatari del Modello, in particolar modo nelle situazioni in cui si trovano, per esigenze di servizio, a dover gestire le attività di vendita per la rete ed extrarete:

- Determinazione dei prezzi di vendita;
- Gestione ed esecuzione dei contratti di vendita con i clienti- extra rete
- Gestione della rete di vendita;
- Vendita e gestione delle fuel card e dei buoni benzina.

All'interno del medesimo documento di *risk assessment*, base del presente Modello, sono state individuate in dettaglio le associazioni logiche tra singola attività sensibile e reati presupposto, i presidi di controllo esistenti e quelli aggiunti o integrati a seguito della riflessione effettuata appunto ai fini del d. lgs. 231/2001.

Nei paragrafi seguenti si illustreranno i principi generali che devono ispirare il comportamento dei Destinatari, ed in seguito i principali presidi volti alla specifica prevenzione dei reati a rischio nelle singole Attività Sensibili, mediante descrizione o rinvio alle procedure facenti parte del sistema normativo della Società.

3. Principi generali di comportamento

I Destinatari, a qualsiasi titolo coinvolti nelle attività connesse agli adempimenti aventi ad oggetto la gestione del processo di vendita rete ed extra rete della società sono tenuti a osservare le disposizioni di legge esistenti in materia, le previsioni contenute nel Codice Etico e nella presente Parte Speciale del Modello.

In generale, ai Destinatari è fatto divieto di porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti tali che, presi individualmente o collettivamente, integrino o possano integrare, direttamente o indirettamente, le fattispecie di reato previste agli artt. 24 (*"Indebita percezione di erogazioni, truffa in danno dello Stato, di un ente pubblico o dell'Unione Europea o per il conseguimento di erogazioni pubbliche, frode informatica in danno dello Stato o di un ente pubblico e frode nelle pubbliche forniture"*), 24 bis (*"Delitti*

informatici e trattamento illecito di dati”), 25 bis (“Falsità in monete, in carte di pubblico credito, in valori di bollo e in strumenti o segni di riconoscimento”), 25 bis 1 (“Delitti contro l’industria e il commercio”), 25 ter (“Reati societari”, inclusa la corruzione tra privati), 25 octies (“Ricettazione, riciclaggio e impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita, nonché autoriciclaggio”), 25 octies 1 (“Delitti in materia di strumenti di pagamento diversi dai contanti”), 25 quinquiesdecies (“Reati tributari”).

In particolare, è fatto divieto di:

- sfruttare relazioni esistenti o asserite con un pubblico ufficiale o con un incaricato di un pubblico servizio, facendo dare o promettere indebitamente, a sé o ad altri, da parte di un soggetto terzo (ad es. un cliente), denaro o altra utilità come corrispettivo della mediazione illecita verso il pubblico ufficiale o l’incaricato di pubblico servizio, ovvero per remunerarlo in relazione all’esercizio delle sue funzioni o dei suoi poteri;
- effettuare operazioni inesistenti attraverso l’emissione di fatture o altri documenti attestanti transazioni in tutto o in parte non avvenute, così da consentire al cliente di utilizzarli per indicare elementi passivi fittizi all’interno delle dichiarazioni relative alle imposte sui redditi o sul valore aggiunto e, quindi, di evadere tali imposte;
- emettere fatture o altri documenti per operazioni in tutto o in parte non effettuate;
- commercializzare soluzioni utilizzando in maniera inappropriata marchi, segni distintivi e ogni modalità che possa risultare ingannevole nei confronti del cliente;
- offrire al cliente prodotti e servizi diversi da quelli pattuiti per qualità e/o quantità, anche in concorso con la rete di vendita;
- alterare la composizione dei prodotti offerti/immessi sul mercato, anche in concorso con la rete di vendita, così da causare un danno per il cliente;
- riprodurre abusivamente, imitare o alterare, anche attraverso l’imitazione fraudolenta, marchi o segni distintivi altrui, anche in concorso con il cliente;
- fare uso, mettere in circolazione o pubblicizzare soluzioni integrate contrassegnate da marchi/loghi di aziende note al grande pubblico che non forniscano adeguate garanzie sulla “non decettività” del marchio stesso.

Inoltre, ai Destinatari è fatto obbligo di:

- garantire l’effettività delle prestazioni effettuate a clienti e debitamente fatturate;
- redigere gli accordi commerciali per iscritto, che devono essere sottoscritti in conformità con il sistema di deleghe e procure vigente, con indicazione dell’oggetto e del compenso pattuito;
- garantire, anche nelle comunicazioni con i terzi, la coerenza dell’uso di marchi, segni distintivi, diritti di proprietà industriale rispetto alle caratteristiche della soluzione integrata (i messaggi non devono, infatti, essere in alcun modo ingannevoli).

In relazione al reato di “Corruzione tra privati” (art. 2635 c.c.) è imputabile a titolo di responsabilità amministrativa la società che ponga in essere, anche attraverso la condotta di propri dipendenti, atti di corruzione nei confronti di soggetti apicali di una controparte privata (es. un cliente) o di loro sottoposti, al fine di influenzarne il comportamento per ottenere un vantaggio per la società stessa.

Per soggetti apicali di una controparte privata si intendono, in particolare, gli amministratori, i direttori generali, i dirigenti preposti alla redazione dei documenti contabili societari, i sindaci, i liquidatori, nonché tutti coloro che, nell’ambito organizzativo della società o dell’ente privato, esercitino funzioni direttive; per soggetti sottoposti si intendono coloro che soggiacciono alla direzione o alla vigilanza dei predetti apicali.

Al fine di prevenire, quindi, il rischio che la Società possa essere imputata del reato di “Corruzione tra privati”, è essenziale che le relazioni commerciali con gli altri operatori privati siano informate a correttezza e trasparenza.

Più in particolare è fatto espresso divieto ai Destinatari, anche nel caso agissero per interposta persona ovvero dietro sollecitazione del cliente, di:

- ricevere e/o sollecitare, nonché offrire e/o promettere e/o concedere denaro o altre utilità in favore di soggetti apicali di clienti o di loro sottoposti (come sopra definiti) e/o in favore di persone da questi segnalate, che non trovino adeguata giustificazione nel rapporto contrattuale ovvero nelle prassi vigenti, al solo fine di influenzarne illecitamente l'indipendenza di giudizio in favore della Società, di accedere in anteprima a informazioni utili per la realizzazione degli obiettivi sociali o comunque di favorire le politiche economiche e commerciali della Società, o di ottenere qualsivoglia vantaggio nel corso dell'attività di vendita;
- sfruttare relazioni esistenti o asserite con un pubblico ufficiale o con un incaricato di un pubblico servizio, facendo dare o promettere indebitamente, da parte del cliente, a sé o ad altri, denaro o altra utilità come corrispettivo della mediazione illecita verso il pubblico ufficiale o l'incaricato di pubblico servizio, ovvero per remunerarlo in relazione all'esercizio delle sue funzioni o dei suoi poteri;
- ricevere e/o sollecitare, nonché effettuare qualsiasi elargizione che possa costituire, in maniera implicita o esplicita, un vincolo per il cliente beneficiario a prediligere i servizi della Società, o che possa in alcun modo influenzare il giudizio del personale del cliente beneficiario o ottenere in altro modo un vantaggio in termini di business;
- ricevere e/o sollecitare, nonché dare o promettere denaro o altra utilità al referente di un cliente, affinché, nell'interesse della Società, interceda presso un pubblico ufficiale ovvero per remunerare quest'ultimo in relazione all'esercizio delle sue funzioni o dei suoi poteri.

Comportamenti corretti e trasparenti devono pertanto improntare l'operato della Società nei confronti dei clienti, sia in sede di negoziazione degli accordi, sia in sede di esecuzione degli stessi, mirando a ottenere condizioni sempre più favorevoli e vantaggiose ricorrendo esclusivamente a pratiche commerciali leali e lecite.

4. Principi di controllo

Con riferimento alle attività sensibili, come individuate all'interno della presente parte speciale, la Società ritiene necessario che i Destinatari si uniformino, nel rispetto delle regole comportamentali di cui sopra, alle procedure in essere adottate dalla Società, cui in ogni caso si rinvia, nonché ai Principi di controllo di seguito rappresentati:

- la funzione C.O.O. definisce il prezzo di vendita e le politiche di vendita sulla base di un'analisi puntuale della concorrenza e del pricing applicato;
- nella determinazione delle condizioni di scontistica accettate la funzione C.O.O. comunica ai commerciali i margini di vendita attesa, al di sotto dei quali la vendita deve essere autorizzata dai soggetti dotati degli appositi poteri all'interno dell'organizzazione;
- i listini di vendita vengono inseriti nel sistema informativo della Società e aggiornati periodicamente da personale dotato delle autorizzazioni appropriate e non direttamente coinvolto nella determinazione del prezzo di vendita;
- eventuali campagne promozionali e di sconto, riservate ad un punto vendita in particolare o un nuovo servizio o ad altre opportunità di business, vengono analizzate sulla base di fattori di costo-opportunità e formalmente approvate dai soggetti dotati degli appositi poteri;
- per regolamentare i rapporti commerciali con i clienti vengono utilizzati moduli e contratti standard, visionati dalla funzione Ufficio Legale e Societario e adottati dalla Società;
- la documentazione (es contratti) che si discostano dagli standard previsti e approvati dalla Società vengono rivisti dalla funzione Ufficio Legale e Societario;
- la selezione dei gestori esterni dei punti vendita viene effettuata attraverso un processo che prevede la verifica dei requisiti di professionalità, onorabilità e qualità del servizio erogato; nel processo di selezione la Società valuta inoltre in via preventiva eventuali rapporti, diretti o indiretti, tra il potenziale soggetto gestore del punto vendita e la Pubblica Amministrazione o altri soggetti o enti, anche privati, tali da poter comportare conflitti di interesse o comunque esporre a rischi corruttivi;

- l'operato dei gestori dei punti vendita viene sottoposto ad un periodo di prova e periodicamente monitorato dalle funzioni competenti; nel monitoraggio viene incluso il controllo di correttezza dell'apposizione e dell'utilizzo della segnaletica e dei segni di riconoscimento;
- gli obiettivi di fatturato e i target di vendita vengono definiti, in sede di stipula del contratto, sulla base di criteri oggettivi e trasparenti;
- in relazione alla gestione degli impianti e dei depositi extra rete, la Società effettua periodicamente dei controlli sulla qualità carburante e dei prodotti petroliferi venduti e ne dà riscontro immediato al Consiglio di Amministrazione, attivandosi tempestivamente per la gestione della problematica;
- la Società effettua una verifica puntuale sul cliente che attiva il servizio di fuel card o di buoni carburante, attraverso una raccolta di informazioni preventive e un'attività di monitoraggio dei consumi;
- le fuel card e i buoni carburante sono attivate, tramite i sistemi informativi della Società, solo al termine delle verifiche sul cliente e dietro pagamento attraverso modalità tracciate;
- l'attivazione delle fuel card avviene operativamente tramite il fornitore del servizio, scelto dalla Società nel rispetto dei criteri espressi nella Parte Speciale numero 3 "Acquisto di beni e servizi";
- le carte carburante sono conservate, disattivate, dal personale preposto, in luogo sicuro.

I Destinatari sono tenuti al rispetto dei principi di controllo previsti dal Modello anche laddove si trovino ad operare all'estero (ad es. in concorso con i referenti delle consociate estere); la responsabilità prevista dal Decreto si configura, infatti, anche in relazione ai reati commessi all'estero.

5. Funzioni coinvolte

Le funzioni aziendali e i soggetti coinvolti nella gestione delle vendite rete ed extrarete, nell'ambito delle attività sensibili identificate all'interno della presente Parte Speciale, sono:

- Amministratori della Società;
- Chief Operating Officer;
- Amministrazione;
- Ufficio Legale e Societario

6. Flussi nei confronti dell'OdV

L'Organismo di Vigilanza richiede alle singole funzioni aziendali di inviare, su base periodica, i seguenti flussi informativi (che potranno essere integrati e/o modificati dallo stesso Organismo di Vigilanza, anche in considerazione degli esiti delle verifiche di competenza), al fine di effettuare un'attività sistematica e formalizzata di monitoraggio delle anomalie, delle eccezioni e delle deroghe registrate nel periodo di riferimento rispetto all'attuazione della presente Parte Speciale.

Parte speciale di Flusso riferimento		Funzione responsabile dell'invio	Invio
Parte speciale 7: Gestione delle vendite	Elenco dei nuovi contratti di gestione dei punti vendita (terzi)	Ufficio Legale e Societario	Annuale
	Anomalie riscontrate sulla qualità del carburante e dei prodotti petroliferi in seguito ai controlli effettuati dalla società	COO	Semestrale

