

Modello di Organizzazione, Gestione e  
Controllo di Philips Lighting Italy S.p.A.  
ai sensi del D.Lgs. 231/2001

---

PROTOCOLLO DI DECISIONE N°1

GESTIONE DELLE ATTIVITÀ DI VENDITA

Protocollo: N° 1	Emesso da:	Approvato:	Data Emissione:	Rev.	Data Revisione:
---------------------	------------	------------	-----------------	------	-----------------

INDICE

- 1. OBIETTIVO ..... 1**
- 2. AMBITO DI APPLICAZIONE .....**
- 3. RUOLI E RESPONSABILITÀ .....**
- 4. ATTIVITÀ RELATIVE ALL’AREA DI RISCHIO .....**
- 5. PRINCIPI DI COMPORTAMENTO .....**
- 6. PRINCIPI DI CONTROLLO .....**
- LIVELLI AUTORIZZATIVI ..... 7
- SEPARAZIONE DELLE FUNZIONI ..... 8
- CONTROLLI SPECIFICI ..... 8
- TRACCIABILITÀ DEL PROCESSO DECISIONALE E ARCHIVIAZIONE ..... 11
- 7. REPORTING ALL’ORGANISMO DI VIGILANZA ..... 12**





## 1. Obiettivo

Il presente protocollo, che costituisce parte integrante del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01 di Philips Lighting Italy S.p.A. ha l'obiettivo di definire i ruoli, le responsabilità, i principi di comportamento e di controllo che la Società intende osservare, con riferimento alle diverse attività relative all'area di rischio "Gestione delle attività di vendita", nel rispetto della normativa vigente e dei principi di trasparenza, oggettività e veridicità delle informazioni e con la finalità di prevenire, nell'esecuzione delle medesime attività, la commissione di illeciti previsti dal D.Lgs. 231/2001.

In particolare, il presente documento, in conformità a quanto previsto dal suddetto decreto, intende prevenire il verificarsi della commissione, anche a titolo di concorso con altre funzioni aziendali/soggetti terzi, delle seguenti fattispecie di reato:

- **reati contro la Pubblica Amministrazione:**
  - **corruzione** (propria/impropria), tramite, ad esempio:
    - l'attuazione di indebite variazioni dei prezzi e sconti non correttamente autorizzati a clienti appartenenti alla Pubblica Amministrazione o da questi segnalati allo scopo di ottenere illeciti vantaggi per la Società;
    - la dazione o la promessa di denaro o altra utilità ad un cliente appartenente alla Pubblica Amministrazione o da questi segnalati, al fine di ottenere indebitamente la sottoscrizione dell'accordo commerciale con il cliente;
    - la sottoscrizione di accordi a condizioni ingiustificatamente onerose per la Società con Clienti appartenenti alla Pubblica Amministrazione o assimilabili al fine di ottenere indebiti vantaggi quali, ad esempio, sottoscrizioni di ulteriori contratti o il rilascio di autorizzazioni;
    - la dazione o la promessa di denaro o altra utilità al fine di agevolare il rilascio di atti, dichiarazioni e documenti in relazione ai lavori affidati ovvero di indurre il rappresentante del Cliente appartenente alla Pubblica Amministrazione a non sollevare eccezioni / accettare riserve / claims.
  - **truffa**, qualora, ad esempio, la Società alteri la documentazione ovvero ometta dati ed informazioni al fine di essere ammessa alla partecipazione della gara/offerta pure in assenza dei requisiti previsti dalla normativa o qualora la società predisponga documentazione (stati avanzamento, perizie suppletive, atti di sottomissione ed atti aggiuntivi, etc.) non corrispondenti ai lavori effettuati con conseguente ottenimento di un profitto ingiusto a danno della Pubblica Amministrazione;
- **reati societari:**
  - **corruzione tra privati**, tramite, ad esempio,

- l'attuazione di indebite variazioni dei prezzi e sconti non correttamente autorizzati a clienti privati allo scopo di ottenere illeciti vantaggi per la Società;
  - la dazione o la promessa di denaro o altra utilità al fine di ottenere indebitamente la sottoscrizione dell'accordo commerciale con il cliente;
  - la sottoscrizione di accordi a condizioni ingiustificatamente onerose per la Società con clienti privati al fine di ottenere indebiti vantaggi quali, ad esempio, sottoscrizioni di ulteriori contratti;
  - la dazione o la promessa di denaro o altra utilità al fine di agevolare il rilascio di atti, dichiarazioni e documenti in relazione ai lavori affidati ovvero di indurre il Cliente a non sollevare eccezioni / accettare riserve / claims
- **delitti contro l'industria e il commercio:**
    - **vendita di prodotti industriali con segni mendaci** nel caso in cui, ad esempio, la Società venda opere dell'ingegno o prodotti industriali, con nomi, marchi o segni distintivi nazionali o esteri, atti a indurre in inganno il compratore sull'origine, provenienza o qualità dell'opera o del prodotto;
    - **commercio di beni realizzati usurpando titoli di proprietà industriale**, nel caso in cui, ad esempio, la Società, pur potendo conoscere l'esistenza di titoli di proprietà industriale registrati, decida di sottoscrivere accordi con soggetti terzi per la vendita di progetti derivanti da titolo di proprietà industriale usurpato o in violazione dello stesso (ad es. utilizzando brevetti altrui in assenza del pagamento della licenza);
    - **frode nell'esercizio del commercio** nel caso, ad esempio, di un contratto perfezionato con la prestazione di un servizio differente da quello dichiarato o pattuito ovvero con la consegna all'acquirente di un bene per origine, provenienza, qualità o quantità, diverso da quello dichiarato o pattuito;
    - **illecita concorrenza** qualora, ad esempio, la Società con violenza o minaccia, compia atti di illecita concorrenza a danno dei competitors (o degli stessi clienti) allo scopo di ottenere nuove opportunità commerciali o di mantenere quelle vigenti;
  - **ricettazione e riciclaggio e impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita** nel caso in cui ad esempio, a causa di non adeguata verifica in fase di identificazione, qualificazione e valutazione dei rischi dei clienti, la Società collabori a titolo di concorso con clienti coinvolti in attività illecite, sostituendo/trasferendo denaro di provenienza illecita in modo da ostacolare l'identificazione della loro provenienza delittuosa;
  - **associazione per delinquere, anche transnazionale** nel caso in cui ad esempio, a causa di non adeguata verifica in fase di identificazione, qualificazione e valutazione dei rischi dei clienti, la Società partecipi ad una associazione criminosa formata da tre o più persone (anche giuridiche e con caratteristiche transnazionali), di cui una

rappresentata dal cliente selezionato, finalizzata, ad esempio, al riciclaggio di denaro di provenienza illecita;

- **reati con finalità di terrorismo e di eversione dell'ordine democratico** nel caso in cui la Società proceda, ad esempio, alla sottoscrizione di accordi commerciali con soggetti non in possesso dei necessari requisiti e coinvolti in attività di terrorismo;
- **falsità in documenti informatici** nel caso, ad esempio, di alterazione di dati contenuti nei documenti elettronici (file) con finalità probatoria (trasmessi esclusivamente in formato elettronico come eventualmente previsto dal bando di gara), necessari per la partecipazione alla gara.

## 2. Ambito di applicazione

Il presente protocollo si applica a tutti i Destinatari del Modello, ovvero ai dipendenti e dirigenti della Società, ai componenti degli organi sociali e ai Soggetti Terzi<sup>1</sup>, inclusi coloro i quali, pur non essendo funzionalmente legati alla Società ma agendo sotto la direzione o la vigilanza dei responsabili aziendali, sono coinvolti a qualsiasi titolo nelle attività relative all'area di rischio in oggetto.

Il presente protocollo richiama ed integra quanto già disciplinato nell'ambito della seguente principale documentazione societaria e di Gruppo:

- General Business Principles e GBP Directives
- Policy/Procedure:
  - con riferimento alla gestione del catalogo prodotti e dei prezzi:
    - Marketing (BMS-SITE-MKT-001-PD-ITA)
    - Pricing (BMS-SITE-MKT-004-WI-ITA)
    - Gestione promozioni commerciali (BMS-SITE-MKT-001-WI-ITA)
  - con riferimento all'identificazione dei clienti ed alla gestione dei crediti:
    - Credito;
  - con riferimento alla gestione di comodati e demo:
    - Doc. "Istruzioni operative per talune operazioni promozionali"; - Gestione campionatura (BMS-SITE-MKT-003-WI-ITA)
  - con riferimento alla gestione della fase di pre-gara, predisposizione dell'offerta e negoziazione:

---

<sup>1</sup> Quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: i collaboratori a progetto, gli stagisti, i lavoratori interinali, i dipendenti di società del Gruppo in distacco presso la Società.

- Vendite Professionali Lighting (PR.LI.S&AM.01)
- Vendite OEM (PR.LI.S&AM.02)
- Marketing (BMS-SITE-MKT-001-PD-ITA)
- Pricing (BMS-SITE-MKT-004-WI-ITA)

con riferimento alla stipulazione e gestione del contratto:

- Gestione Appalti Interni Sourcing (RFX) and Supplier Selection process (PSG.DSM 082) Shopper Guide
- Vendite Professionali Lighting (PR.LI.S&AM.01-2)
- Vendite OEM (PR.LI.S&AM.02-2)

La Società adeguerà il proprio comportamento a quanto esposto nel presente protocollo. Il mancato rispetto di quanto disposto nel presente protocollo da parte dei Destinatari è passibile di sanzioni disciplinari nei termini previsti dal Modello adottato dalla Società.

### 3. Ruoli e Responsabilità

Le attività rientranti nell'area di rischio "Gestione delle attività di vendita" prevedono il coinvolgimento, secondo le rispettive competenze, dei seguenti principali soggetti:

- Direzione Sales: supervisiona l'intero processo di gestione delle attività di vendita e:  
i) tramite le funzioni di vendita (Key Accounting Manager, Partner Account Manager, Sales Representative, etc.) e gli agenti di vendita, conducono la negoziazione e la trattativa con il Cliente e definiscono gli accordi contrattuali; ii) tramite il Sales Back Office/Ufficio Gare/Offerte, gestiscono le richieste di offerta/Bandi di Gara da parte di clienti pubblici o privati.
- Funzione Marketing: gestisce con il supporto della direzione commerciale le politiche di prezzo (il listino prezzi) tenendo conto delle strategie locali e delle politiche internazionali (prezzi minimi europei).
- Credit Manager: gestiscono le attività di identificazione, verifica della clientela e valutazione e gestione del rischio credito.

### 4. Attività relative all'area di rischio

Le attività di vendita si articolano nelle seguenti attività rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001:

- promozione e prospezione nuove iniziative
  - definizione delle strategie di vendita, del Budget vendite e della politica commerciale (*l'attività non presenta ad oggi profili di rischio ex D.Lgs. 231/01*)
  - individuazione delle opportunità di sviluppo del business

- relazioni esterne e gestione delle attività promozionali (in merito si rimanda ai protocolli “Gestione regali e omaggi a terzi” e “Resoconto e rimborso di viaggio e rappresentanza”)
- gestione di comodati e demo
- gestione catalogo prodotti e prezzi;
- gestione della fase di pre-gara, predisposizione dell'offerta e negoziazione
  - ricevimento richiesta di offerta diretta da parte del Cliente o ricerca, acquisizione e analisi del Bando di Gara
  - supporto alla definizione delle specifiche tecniche di capitolati di gara o di richieste di offerta privata
  - identificazione e verifica della clientela, valutazione del rischio credito e assegnazione della linea di credito;
  - valutazione sulla partecipazione alla gara e/o sulla predisposizione di un'offerta;
  - gestione della eventuale pre-qualifica per partecipazione a gara e/o per l'offerta da presentare;
  - definizione della proposta economica e monitoraggio dei prezzi minimi e dell'ELP (European Limit Price);
  - gestione ed invio della documentazione tecnica ed economica per partecipazione a gara o preparazione ed emissione offerta;
  - negoziazione e trattativa diretta con il Cliente
- stipulazione e gestione del contratto
  - aggiudicazione della gara e gestione degli adempimenti e comunicazioni varie;
  - predisposizione e sottoscrizione degli accordi con i Clienti
  - definizione degli accordi con il cliente per eventuale selezione dei fornitori e subappaltatori (vendor List di commessa)
  - controllo del credito

Le modalità operative per la gestione delle diverse attività relative all'area di rischio in oggetto, laddove necessario, potranno essere disciplinate nell'ambito di appositi regolamenti e ulteriori procedure interne sviluppate ed aggiornate a cura delle competenti Funzioni.

## 5. Principi di comportamento

I Destinatari che, per ragione del proprio incarico o della propria funzione, sono coinvolti nelle attività relative all'area di rischio “Gestione delle attività di vendita” sono tenuti ad osservare le previsioni di legge e regolamentari esistenti in materia, le regole sancite dal presente protocollo, nonché le norme comportamentali richiamate nei GBP.

In particolare i Destinatari devono, per quanto di competenza:

- operare nel rispetto di leggi, normative nazionali ed internazionali vigenti, delle leggi antitrust e di tutela della concorrenza e dei principi di correttezza e trasparenza;
- operare in coerenza con il sistema di deleghe e procure in essere;
- improntare il proprio comportamento a criteri di onestà, cortesia, trasparenza e collaborazione, fornendo informazioni adeguate e complete, evitando di ricorrere a pratiche elusive tendenti a forzare il giudizio o il comportamento del cliente;
- prestare la massima attenzione alle notizie riguardanti i soggetti con i quali la Società ha rapporti di natura commerciale, finanziaria o societaria che possano anche solo generare il sospetto della commissione di reati di cui al D.Lgs. 231/2001;
- improntare i rapporti con i clienti alla massima trasparenza, collaborazione, disponibilità e nel pieno rispetto del loro ruolo istituzionale e delle previsioni di legge esistenti in materia, dei principi generali e delle regole di comportamento richiamate nelle General Business Principles e GBP Directives nonché del presente protocollo, dando puntuale e sollecita esecuzione alle sue prescrizioni ed agli adempimenti richiesti;
- assicurare che i rapporti con i clienti siano gestiti esclusivamente dai soggetti muniti di idonei poteri e che tali rapporti avvengano nell'assoluto rispetto delle leggi, delle normative vigenti, dei principi di lealtà e correttezza;
- in sede di partecipazione a gare pubbliche o trattative private, fornire tutti i dati, le informazioni e le notizie richieste in sede di selezione dei partecipanti e funzionali all'aggiudicazione della gara, intrattenendo relazioni chiare e corrette, evitando qualsiasi comportamento idoneo a compromettere la libertà di giudizio altrui;
- nel caso in cui la gestione delle attività di vendita sia attuata - in tutto o in parte - con il supporto di soggetti esterni (consulenti, periti tecnici, etc.), garantire che la selezione degli stessi avvenga sempre nel rispetto dei requisiti di professionalità, indipendenza, competenza e in riferimento a questi, la scelta sia motivata.

In ogni caso è fatto divieto di porre in essere/collaborare/dare causa alla realizzazione di comportamenti che possano rientrare nelle fattispecie di reato considerate ai fini del D.Lgs. 231/2001, e più in particolare, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, di:

- promettere o versare somme di denaro, beni in natura o altri benefici a clienti pubblici o privati con la finalità di promuovere o favorire interessi illeciti della Società;
- ricorrere ad altre forme di aiuti o contribuzioni (sponsorizzazioni, incarichi, consulenze, offerta di intrattenimento, etc.) che abbiano le stesse finalità vietate al punto precedente;
- instaurare rapporti o porre in essere operazioni con soggetti terzi qualora vi sia il fondato sospetto che ciò possa esporre la Società al rischio di commissione di un reato di ricettazione o impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita;
- alterare, contraffare, e/o utilizzare abusivamente marchi, brevetti o segni distintivi nazionali od esteri;
- commercializzare prodotti industriali con nomi, marchi, segni distintivi, nazionali o esteri, atti ad indurre in inganno il compratore sull'origine, provenienza o qualità dell'opera o del prodotto;

- commercializzare, diffondere o utilizzare oggetti e beni realizzati usurpando o violando titoli di proprietà industriale.

## 6. Principi di controllo

Il Sistema di Controllo a presidio dell'area di rischio in oggetto si basa su alcuni elementi qualificanti a garanzia dell'oggettività e trasparenza delle scelte effettuate, che tutti i Destinatari che, per ragione del proprio incarico o della propria funzione, sono coinvolti nella gestione delle attività di vendita, devono osservare.

### Livelli autorizzativi

La Società ha previsto l'esistenza di specifici livelli autorizzativi per la gestione delle attività di vendita. Nel dettaglio, in coerenza con il sistema dei poteri aziendali, si prevedono i seguenti presidi:

con riferimento alla promozione e prospezione nuove iniziative:

- esclusivamente i procuratori delegati possono autorizzare le richieste, pervenute dai clienti, in merito a comodati/demo e stipulare, qualora tale comodato/demo non sia previsto nell'ambito di una gara/contratto, un apposito contratto con il cliente beneficiario;

con riferimento alla gestione del catalogo prodotti e dei prezzi:

- le persone autorizzate a richiedere le variazioni dei prezzi di vendita praticati ai clienti sono chiaramente identificati nel sistema di deleghe e poteri interni;
- la Funzione Marketing definisce i margini di vendita e, pertanto, eventuali offerte commerciali che non rispettano tali margini devono essere formalmente approvate dal Responsabile Marketing;
- esclusivamente la Funzione Marketing è autorizzata a creare e variare il listino prezzi;
- l'Order Desk è responsabile dell'inserimento degli ordini a sistema, e non può approvare ordini al di sotto del prezzo minimo inserito a sistema salvo autorizzazione della Funzione Marketing;

con riferimento all'identificazione dei clienti ed alla gestione dei crediti:

- l'affidamento di un nuovo cliente, richiesto dalla Direzione Sales, è autorizzato dal Credit Manager o da un suo delegato di riferimento;
- esclusivamente il Credit Manager può autorizzare il "blocco/sblocco" manuale degli ordini a sistema o eventuali modifiche (es. dilazione dei termini di pagamento) rispetto a quanto previsto contrattualmente ma sempre in accordo con quanto previsto dalle credit policy aziendali di riferimento;

con riferimento alla gestione della fase di pre-gara, predisposizione dell'offerta e negoziazione

- il livello minimo del margine commerciale da realizzare nella finalizzazione delle offerte/contratti di vendita è definito dalla Funzione Marketing;
- eventuali offerte al di sotto di tale margine (sconti, estensioni di garanzia, etc.) devono essere precedentemente approvate dalla Funzione Marketing e, nei casi più significativi, si attiva un'escalation autorizzativa anche internazionale;
- la selezione dei clienti professionals (installatori, cliente diretto/ utilities, ecc...) avviene tramite processo di valutazione di affidabilità commerciale/creditizia, svolte sotto la supervisione dalla Direzione Finance (Ufficio Crediti), sulla base di informazioni di tipo patrimoniale/commerciale (reperiti dal personale Sales per i clienti diretti e dagli agenti/distributori per le altre tipologie di clienti) e di solvibilità (anche tramite istituti specializzati) (si veda Memorandum "Gestione Crediti");
- le attività relative alla negoziazione con i clienti delle condizioni commerciali, degli eventuali premi e delle azioni promozionali nei loro riguardi sono di competenza della forza vendita in allineamento e con l'autorizzazione della Funzione Marketing;
- in fase di trattativa e di offerta commerciale, se il prezzo minimo risulta essere inferiore ai prezzi minimi praticabili il Pricing Officer (o il Market Group Centrale) autorizza il prezzo speciale;
- eventuali azioni di supporto commerciali (ad es. promozioni commerciali) sono autorizzate dalla Funzione Marketing;
- l'Ufficio Gare e Segreteria provvede alla gestione degli aspetti amministrativi relativi alle gare pubbliche ed al coordinamento delle attività di supporto della Direzione Legal Affairs e del Credit Manager.

con riferimento alla stipulazione e gestione del contratto:

- esclusivamente i procuratori autorizzati possono stipulare i contratti di vendita;
- le condizioni contrattuali da allegare alle offerte sono definite a livello di Gruppo; eventuali proposte di modifiche a tali condizioni devono coinvolgere la Direzione Legal Affairs, la Direzione Finance e le funzioni interessate;
- la Direzione Sales può apportare eventuali modifiche agli ordini esclusivamente nel rispetto di quanto previsto dalle condizioni contrattuali;
- esclusivamente i procuratori autorizzati possono rilasciare dichiarazioni di conformità e di idoneità (ad esempio, stati di avanzamento dei lavori, perizie di variante, certificati di ultimazione lavori ed altri documenti richiesti da enti appaltanti e/o direzioni lavori) per le opere in corso di esecuzione e contestare le eventuali inadempienze.

Separazione delle funzioni

Le attività relative all'area di rischio "Gestione delle attività di vendita", sono condotte con il coinvolgimento di diversi attori, in accordo con il principio di separazione dei compiti fra le funzioni coinvolte nelle attività autorizzative, esecutive e di controllo, ed in particolare, nel rispetto dei ruoli e responsabilità definiti al paragrafo 3.

#### Controlli specifici

Le diverse attività relative all'area di rischio "Gestione delle attività di vendita", sono caratterizzate da una serie di controlli specifici, tra cui in particolare:

con riferimento alla promozione e prospezione nuove iniziative:

- la Direzione Sales verifica che le tempistiche di assegnazione dei comodati/demo siano compatibili con le finalità dimostrative di tali concessioni e quindi rispettino la durata prevista dalle policy della Società (da sei mesi ad un anno);
- la Direzione Sales verifica che, qualora la finalizzazione dell'ordine/contratto non vada a buon fine, i comodati/demo siano restituiti; altrimenti verifica che costituiscano l'oggetto del contratto.

con riferimento alla gestione del catalogo prodotti e dei prezzi:

- il Product Manager verifica, in fase di offerta commerciale, la fattibilità del prezzo proposto e il rispetto dei prezzi minimi (ELP)
- il Marketing Manager/ Pricing Officer monitora il rispetto dei prezzi minimi (ELP) nelle condizioni offerte;
- nessuno è autorizzato a vendere con un prezzo Walk-Away Price (ossia Prezzo in fattura – abbattimenti) sotto l'ELP senza l'autorizzazione del Pricing Officer Europeo. Per ogni prodotto esiste a sistema un prezzo minimo locale (in fattura) e un prezzo minimo europeo (Walk-Away Price, quindi al netto di abbattimenti), secondo una lista prodotta dal Pricing Officer europeo e aggiornata trimestralmente;

con riferimento all'identificazione dei clienti ed alla gestione dei crediti:

- il Credit Manager verifica, con il supporto di società terze specializzate e di associazioni di settore, l'identità della controparte e le informazioni commerciali (solidità patrimoniale e finanziaria, assenza di protesti, esposizione del credito, etc.);
- per i clienti già attivi il Credit Manager si avvale anche di uno specifico Tool di Gruppo (FSCM) che genera, in base a dati di bilancio ed informazioni qualitative, un rating che qualifica la categoria di rischio del cliente;
- il Credit Manager deve attribuire ad ogni cliente la propria "Risk Category", definita a livello internazionale, e "credit limit" al fine di attivare dei meccanismi di controllo automatico a sistema più o meno stringenti a seconda del profilo di rischio attribuito;

- qualsiasi modifica dell'ordine relativa alle modalità o tempistiche di pagamento comporta l'attivazione di un meccanismo automatico che interrompe l'ordine. L'ordine può essere "sbloccato" esclusivamente dai procuratori autorizzati;
- il Credit Manager verifica che i clienti a più alto profilo di rischio siano gestiti attraverso modalità di pagamento anticipato o garantito;
- mensilmente il Credit Manager monitora lo scaduto dei clienti attraverso il sistema informativo;
- il Credit Manager in accordo con il Controller e la Direzione Sales, eventualmente con il supporto di legali terzi, valutano l'opportunità di intraprendere azioni legali nei confronti dei clienti morosi;
- la formazione del fondo svalutazione crediti, definita dal Controller con il supporto del Credit Manager nel rispetto delle policy internazionali, è oggetto di verifiche da parte della Capogruppo. Eventuali crediti scaduti non inclusi in tale fondo devono essere supportati da uno specifico piano di rientro anch'esso analizzato dalla Capogruppo;
- il Credit Manager e le funzioni internazionali preposte, verificano che tali piani di rientro siano rispettati, eventualmente aggiornando conseguentemente il fondo svalutazione crediti;
- oltre alle attività di verifica, previste dai piani di audit annuali a cura della Capogruppo, sono eseguiti alcuni specifici controlli ai fini ICS, che costituiscono un presidio anche rispetto alle esigenze di prevenzione e monitoraggio dei profili di rischio rilevati ai sensi del Decreto 231 per le attività qui indicate, quali:
  - 12. *Ensure credit limits are set and periodically reviewed;*
  - 92. *Reconcile collected amounts with the accounts receivable position;*
  - 95. *Authorize off- and on- balance sheet trade financing (e.g. sell trade receivables, factoring, discounting, forfeiting);*
  - 182. *Cheques (incoming) are properly registered and timely cleared and cashed in;*
  - 275. *Ensure that shipments are not made to customers with no credit limit, in excess of credit limits or on credit hold;*

con riferimento alla gestione della fase di pre-gara, predisposizione dell'offerta e negoziazione:

- le attività di due diligence iniziali e periodiche, ad eccezione dei clienti Pubblica Amministrazione, prevedono una serie di verifiche documentali così come disciplinate nel processo di due diligence;
- gli esiti della due diligence (positivo, negativo o richiesta di ulteriori controlli) sono verificati da un team dedicato della funzione Internal Audit di Gruppo e comunicati al cliente;
- la Direzione Sales, con la collaborazione della Direzione Legal Affairs, verifica, prima dell'invio, la correttezza di tutta la documentazione relativa alle offerte per clienti della Pubblica Amministrazione;

- in caso di gare pubbliche gli eventuali incontri richiesti dal cliente per ottenere un supporto nella predisposizione del capitolato sono pubblici, estesi a tutti i potenziali fornitori ed opportunamente tracciati;
- in fase di trattativa e di offerta commerciale, il Sales Manager verifica l'allineamento dell'offerta con il prezzo minimo praticabile.

con riferimento alla stipulazione e gestione del contratto:

- controllo sistematico sull'andamento di tutte le fasi e attività relative alla commessa, da parte della Direzione Sales;
- convocazione mensile di meeting di analisi sull'andamento delle commesse con il fine di informare in merito all'andamento della stessa, allo stato di risoluzione di eventuali problematiche e/o criticità evidenziate nelle riunioni precedenti e di sottolineare significative criticità di coordinamento e gestione;
- verifica da parte della Direzione Sales e della Direzione Legal di tutta la documentazione prodotta da inoltrare alla Committente, in accordo con i termini contrattuali e le procedure di riferimento;
- meccanismi di controllo che prevedono la sospensione immediata di forniture ai clienti qualora risultino concreti elementi di rischio di infiltrazione criminale o di coinvolgimento in attività illecite quali quelle del riciclaggio di denaro oppure del verificarsi, in assenza di giustificazioni economiche o imprenditoriali, di:
  - mutamenti repentini o reiterati nella compagine sociale o negli organi sociali;
  - mutamenti significativi del settore di attività;
  - mutamenti repentini riguardo alle dimensioni dell'attività, al patrimonio, alle richieste di forniture;

- verifica mensile, a cura della Direzione Sales, dell'elenco trasmesso dal Credit Manager, degli ordini bloccati al fine di indagarne le motivazioni.

#### Tracciabilità del processo decisionale e archiviazione

Nel dettaglio, si prevedono i seguenti elementi qualificanti:

con riferimento alla promozione e prospezione nuove iniziative:

- le richieste di comodati/demo, da parte dei beneficiari, sono formalizzate con indicazione dell'oggetto del comodato/demo, durata e motivazioni della richiesta;
- le comunicazioni della Società a conferma della concessione del comodato/demo sono formalizzate e trasmesse al cliente beneficiario con indicazione dell'oggetto del comodato/demo e della durata;
- tutti i prodotti consegnati in comodato/demo sono censiti e tracciati, con indicazione del beneficiario, in appositi report archiviati a cura della Direzione Sales.

con riferimento alla gestione del catalogo prodotti e dei prezzi:

- tutta la documentazione relativa alla gestione del catalogo e dei prezzi è archiviata a cura della Funzione Marketing

con riferimento all'identificazione dei clienti ed alla gestione dei crediti:

- il sistema di deleghe interno è tracciato nelle "Authorization Matrix";
- la documentazione a supporto delle verifiche effettuate sui clienti sono archiviate a cura del Credit Manager;
- il superamento dei limiti di fido e di scaduto è tracciato a livello di sistema informativo;
- il "blocco/sblocco" ordini gestito manualmente e le relative autorizzazioni sono tracciate a sistema ed in apposita documentazione (ad es. mail autorizzativa).

con riferimento alla gestione della fase di pre-gara, predisposizione dell'offerta e negoziazione:

- la documentazione a supporto del processo di due diligence ed i relativi esiti sono opportunamente tracciati a sistema (ICON);
- eventuali richieste di approfondimenti sui dettagli tecnici del bando di gara sono tracciate per iscritto o gestite tramite apposito portale web dedicato dal cliente alle comunicazioni relative al bando;

- 
- eventuali richieste di finalizzare un ordine/contratto di vendita con un prezzo inferiore al prezzo minimo praticabile devono essere formalizzate attraverso un'apposita "Business Justification";
- eventuali estensioni della garanzia o servizi di assistenza e manutenzione devono essere esplicitate nel contratto di riferimento;  
tutta la documentazione a supporto della gestione della fase di pre-gara, predisposizione dell'offerta e negoziazione è opportunamente archiviata dalle Direzioni/Funzioni competenti

con riferimento alla stipulazione e gestione del contratto:

- ogni offerta è formalizzata ed integrata dalle condizioni contrattuali di Philips Lighting Italy S.p.A. richiamate attraverso un web link oppure un documento allegato;
- i rapporti contrattuali con i clienti sono formalizzati in base a modelli standard prestabiliti e prevedono l'accettazione dei principi espressi dalle General Business Principles e GBP Directive;
- gli ordini dei clienti sono in forma scritta, tracciati a livello di sistema informativo e trasmessi via fax o via e-mail;
- eventuali richieste al Credit Manager per "sbloccare" gli ordini di vendita devono essere opportunamente giustificate e tracciate.

I Destinatari interessati sono tenuti a porre in essere tutti gli adempimenti necessari a garantire l'efficacia e la concreta attuazione dei principi di controllo e comportamento descritti nel presente protocollo.

## **7. Reporting all'Organismo di Vigilanza**

È responsabilità di tutti i Destinatari coinvolti nello svolgimento delle attività legate all'area a rischio di segnalare tempestivamente all'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/2001, con le modalità previste dal Modello, ogni informazione relativa a comportamenti costituenti violazione del medesimo o relativi alla commissione di Reati. Deve altresì essere oggetto di segnalazione ogni evento suscettibile di incidere sull'operatività ed efficacia del presente protocollo.

Qualora si verificano circostanze non espressamente regolamentate dal presente protocollo, che si prestino a dubbie interpretazioni e/o applicazioni o tali da imporre deroghe all'applicazione del protocollo medesimo è fatto obbligo a ciascun Destinatario coinvolto di rappresentare tempestivamente il verificarsi anche di una sola delle suddette circostanze al proprio diretto responsabile che, di concerto con l'Owner interessato e

- l'Organismo di Vigilanza, valuterà gli idonei provvedimenti in relazione alla singola fattispecie.

I Destinatari dovranno inoltre comunicare senza indugio all'Organismo di Vigilanza:

- eventuali contestazioni da parte dei clienti con riferimento a prodotti non corrispondenti alle specifiche pattuite;
- eventuali comportamenti posti in essere da funzionari pubblici o soggetti terzi in genere, rivolti ad ottenere favori, elargizioni illecite di danaro od altre utilità; qualunque criticità o conflitto di interesse sorga nell'ambito del rapporto commerciale con i Funzionari Pubblici o con soggetti privati.

Gli Owner a vario titolo coinvolti trasmettono, semestralmente, all'Organismo di Vigilanza il flusso informativo periodico cui ciascuno è tenuto in virtù delle previsioni del Modello, da cui risulti il rispetto delle regole comportamentali nello svolgimento dei compiti assegnati e la corretta attuazione dei principi di controllo sanciti nel presente protocollo.

Ogni modifica al presente documento proposta dall'Owner e condivisa con l'Organismo di Vigilanza dovrà essere sottoposta all'approvazione formale dell'Amministratore Delegato.