



## **Teatro di Roma**

### **Modello di organizzazione, gestione e controllo**

*(adottato ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001)*

### ***Parte Speciale C***

### ***Attività di comunicazione, promozione e marketing***

Documento approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 14 settembre 2016

**Indice**

<b>1</b>	<b>FINALITÀ</b> .....	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>LE ATTIVITÀ SENSIBILI</b> .....	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>GESTIONE DELLE ATTIVITÀ PROMOZIONALI E PUBBLICITARIE</b> .....	<b>2</b>
3.1	FATTISPECIE DI REATO PRESUPPOSTO .....	2
3.2	AMBITO DI APPLICAZIONE .....	3
3.3	PRINCIPI DI COMPORTAMENTO DA ADOTTARE.....	3
3.4	PROCEDURE E PRESIDI DI CONTROLLO DA APPLICARE .....	4

*Parte Speciale C**Comunicazione, Promozione e Marketing***1 FINALITÀ**

La presente Parte Speciale del Modello ha la finalità di definire le regole che tutti i soggetti coinvolti nell'ambito delle attività "sensibili" elencate nel successivo paragrafo 2 dovranno osservare al fine di prevenire la commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001 e assicurare condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali.

Nello specifico, la presente Parte Speciale ha lo scopo di:

- indicare i principi di comportamento e i presidi di controllo che i soggetti coinvolti devono osservare ai fini della corretta applicazione del Modello;
- fornire all'Organismo di Vigilanza ed alle altre strutture di controllo gli strumenti per esercitare le attività di monitoraggio, controllo, verifica.

In linea generale, tutti i soggetti coinvolti dovranno adottare, ciascuno per gli aspetti di propria competenza, comportamenti conformi al contenuto dei seguenti documenti:

- Parte Generale del Modello;
- Parti Speciali del Modello;
- Codice Etico di Teatro di Roma;
- corpo normativo e procedurale della Società;
- ogni altro documento aziendale che regoli attività rientranti nell'ambito di applicazione del Decreto.

È inoltre espressamente vietato adottare comportamenti contrari a quanto previsto dalle vigenti norme di legge.

**2 LE ATTIVITÀ SENSIBILI**

Le attività che la Società considera rilevanti nell'ambito dei processi di comunicazione, promozione e marketing:

- Attività promozionali e pubblicitarie.

**3 GESTIONE DELLE ATTIVITÀ PROMOZIONALI E PUBBLICITARIE****3.1 Fattispecie di reato presupposto**

I reati presupposto che la Società ritiene potenzialmente configurabili nell'ambito della conduzione delle attività in oggetto sono (si rimanda all'Allegato 1 del Modello - "Catalogo dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001" - per una descrizione di dettaglio di ciascuna fattispecie di reato richiamata):

- I reati verso la Pubblica Amministrazione;
- i reati in materia di violazione del diritto d'autore;

*Parte Speciale C*

*Comunicazione, Promozione e Marketing*

- i reati societari;
- i reati informatici.

**3.2 Ambito di applicazione**

I successivi principi di comportamento e presidi di controllo si applicano a tutti i soggetti coinvolti nella gestione delle attività promozionali e pubblicitarie.

**3.3 Principi di comportamento da adottare**

I soggetti che, in ragione del proprio incarico o della propria funzione, siano coinvolti nell'ambito delle attività in oggetto, devono:

- garantire che il messaggio pubblicitario:
  - sia palese, veritiero e corretto;
  - sia trasparente e riconoscibile come tale (con divieto, in primo luogo della pubblicità subliminale) per modo che il soggetto che la riceve non la subisca passivamente;
  - non inneggi a qualità o effetti inesistenti;
  - sia leale, con particolare riguardo ai concorrenti.
- garantire la coerenza dei contenuti delle comunicazioni pubblicitarie rispetto alle caratteristiche dello spettacolo;
- fornire al personale della Società coinvolte nello svolgimento delle attività in oggetto un'adeguata informazione relativamente alle opere protette dal diritto d'autore ed al rischio della commissione di tale reato;
- acquistare, realizzare, mettere in rete unicamente contenuti (fotografie, sequenze video, poesie, commenti, recensioni, articoli e altri contenuti scritti, files di musica di qualsiasi formato) con licenza d'uso o comunque in regola con la normativa in materia di diritto d'autore e degli altri diritti connessi al loro utilizzo;
- garantire che i contenuti in rete siano conformi alle normative vigenti in materia di diritto d'autore e diritti connessi all'utilizzo delle opere dell'ingegno protette;
- garantire che per tutti i contenuti di cui sopra che vengano immessi in rete ad opera di terzi o acquistati dalla Società e immessi in rete, vi sia espressa assunzione di responsabilità da parte dei terzi medesimi in ordine al rispetto delle norme in materia di diritto d'autore e degli altri diritti connessi all'utilizzo delle opere dell'ingegno;
- garantire che, nell'ambito delle attività di promozione/pubblicizzazione degli spettacoli, l'utilizzo, la messa a disposizione del pubblico anche attraverso un sistema di reti telematiche, di opere protette, avvenga nel rispetto della normativa in materia di diritto d'autore.

È inoltre espressamente vietato:

*Parte Speciale C**Comunicazione, Promozione e Marketing*

- dichiarare informazioni, per mezzo delle campagne promozionali e pubblicitarie, non veritiere inducendo in errore il cliente o comunque idonee a ledere la buona fede del consumatore/cliente ovvero il lecito affidamento del cittadino;
- mettere illegittimamente a disposizione del pubblico un'opera protetta, o parte di essa, immettendola in un sistema di reti telematiche, mediante connessioni di qualsiasi genere;
- duplicare, riprodurre, trasmettere o diffondere in pubblico illegittimamente un'opera protetta dal diritto d'autore e da diritti connessi;
- introdurre nel territorio dello Stato o trasmettere con qualsiasi mezzo le duplicazioni o riproduzioni abusive di cui sopra;
- trasmettere con qualsiasi mezzo fonogrammi o videogrammi di opere musicali, cinematografiche o audiovisive o sequenze di immagini in movimento su qualsiasi supporto, per il quale sia obbligatorio il contrassegno SIAE, privo di tale contrassegno o dotato di contrassegno contraffatto o alterato;
- rimuovere abusivamente o alterare "informazioni elettroniche" poste a tutela del diritto d'autore e degli altri diritti connessi al suo esercizio, ovvero distribuire, importare a fini di distribuzione, diffondere, comunicare con qualsiasi mezzo o mettere a disposizione del pubblico opere o altri materiali protetti dai quali siano state rimosse o alterate le informazioni elettroniche stesse.

**3.4 Procedure e presidi di controllo da applicare**

Nella gestione delle attività in oggetto, tutti i soggetti coinvolti dovranno conformarsi a quanto previsto dalle Procedure aziendali.

Premesso che tutti i controlli previsti dalle Procedure aziendali devono essere pienamente garantiti, è necessario in ogni caso assicurare che siano formalmente tracciabili e documentati (anche ai fini delle attività di verifica di competenza dell'Organismo di Vigilanza) i seguenti presidi di controllo ritenuti maggiormente rilevanti al fine di mitigare potenziali rischi-reato ai sensi del D.Lgs. 231/2001.

- Il Graphic Design verifica il contenuto di tutte le immagini da utilizzarsi in campagne promozionali e/o pubblicitarie.
- Nell'ambito di eventuali acquisti di opere tutelate da proprietà intellettuale/industriale nelle condizioni generali standard dei contratti/lettere di incarico sono inserite clausole contrattuali contenenti l'impegno/attestazione (a seconda dei casi) della controparte:
  - o di essere il legittimo titolare dei diritti di sfruttamento economico sui marchi, brevetti, segni distintivi, disegni, modelli od opere tutelate dal diritto d'autore oggetto di cessione ovvero di aver ottenuto dai legittimi titolari l'autorizzazione alla loro concessione in uso a terzi;
  - o che i diritti di utilizzo e/o di sfruttamento delle privative industriali e/o intellettuali, oggetto di cessione o di concessione in uso, non violano alcun diritto di proprietà industriale/ intellettuale in capo a terzi;

*Parte Speciale C*

*Comunicazione, Promozione e Marketing*

- a manlevare e tenere indenne la Società da qualsivoglia danno o pregiudizio dovesse derivarle per effetto della non veridicità, inesattezza o incompletezza di tale dichiarazione.
- Tutta la documentazione relativa all'attività in oggetto (ivi inclusa la documentazione attestante i controlli effettuati nella fase di verifica dei contenuti delle campagne pubblicitarie/ promozionali) è archiviata presso la Direzione Comunicazione, Promozione e Marketing, in formato digitale (ove possibile) e/o cartaceo.