



gen.ro

office@next-

www.next-gen.ro

<b>POLITICA</b>	
<b>Titlu:</b>	<b>POLITICA PRIVIND EVENIMENTELE</b>
<b>Grup de procese:</b>	<b>MANAGEMENTUL RELATIILOR EXTERNE SI CU PARTILE INTERESATE</b>
<b>Responsabil de proces:</b>	<b>DEPARTAMENT CONFORMITATE</b>
<b>Data intrarii in vigoare:</b>	<b>08/08/2018</b>
<b>Sumar:</b>	Aceasta Politica de Grup defineste principiile aplicabile pentru organizarea evenimentelor in companie.

	<b>FUNCTIE</b>	<b>SEMNATURA</b>
<b>Creat de:</b>	Alina Rebeca MUSAT –Expert Conformitate	
<b>Revizuit de:</b>	Claudia PETRE – Director Conformitate	
<b>Aprobat de:</b>	Norbert Ulysse HOECKL - Director Executiv Administrativ si Dezvoltare  Andrei Stefan CRETU – Director General	



gen.ro

office@next-  
www.next-gen.ro

## ISTORICUL MODIFICARILOR

<b>Versiunea</b>	<b>Data</b>	<b>Descrierea modificarilor</b>
2.1	07/03/2018	Aliniere cu versiunea 2.1 a politicii Grupului OTE prin includerea referintei catre Politica Protectie Personal si Evenimente. Actualizari in conformitate cu organigrama curenta.



## Contents

1) PREAMBUL.....	5
2) OBIECTIVUL POLITICII.....	5
3) ARIE DE APLICABILITATE SI SCOPUL POLITICII.....	5
4) DREPTURI DE ACCES.....	6
5) ADAPTAREA LOCALA A POLITICII.....	6
6) DEFINIREA TERMENILOR SI DIFERENTIAREA SCOPULUI SI A CONTINUTULUI POLITICII DE GRUP.....	6
6.1) Definirea si incadrarea Evenimentelor.....	6
6.2) Definirea sistemelor stimulative (beneficiu individual).....	8
6.2.1) Sistemele stimulative.....	8
6.2.2) Stimulent / beneficiu individual.....	9
6.3) Definirea Evenimentelor in contextul acestei Politici.....	9
6.3.1) Evenimentele organizate de Companii din cadrul Grupului.....	9
6.3.2) Evenimente de sponsorizare.....	9
7) OBIECTIVELE EVENIMENTELOR.....	10
7.1) Planificarea Evenimentului si informarea prealabila cu privire la acesta.....	10
7.2) Grupurile tinta ale evenimentelor.....	12
7.3) Anexa si Informarea detaliata (Brieful) cu privire la Eveniment.....	12
7.4) Evaluarea obiectivelor.....	13
7.4.1) Metode de evaluare.....	13
7.4.2) Care sunt evenimentele ce trebuie evaluate?.....	13
8) ARIILE DE RESPONSABILITATE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR.....	14
8.1) Definirea responsabilitatilor Initiatorului Evenimentului si ale Managerului de Proiect al Evenimentului.....	14
8.2) Aprobarea evenimentelor.....	17
8.3) Documentarea si finalizarea evenimentelor.....	17
9) ASPECTELE ECONOMICE ALE EVENIMENTELOR.....	18
9.1) Eficienta economica si oportunitatea.....	18
9.2) Raportul participant-gazda.....	18



gen.ro

office@next-

www.next-gen.ro

9.3)	Finantarea evenimentelor de catre terti.....	19
9.4)	Initierea comenzilor si achizitiile.....	19
10)	PRINCIPII GENERALE ALE ORGANIZARII EVENIMENTELOR.....	20
10.1)	Echipa de organizare a evenimentului.....	20
10.2)	Standardele de calitate .....	20
10.3)	Securitate .....	20
10.4)	Protectia datelor .....	20
10.5)	Prezenta reprezentantilor media .....	20
10.6)	Sustenabilitate – Evenimente ecologice .....	21
11)	LISTA BILETELOR PRIMITE IN URMA UNEI SPONSORIZARI.....	21
12)	ASPECTE DE CONFORMITATE RELEVANTE LA EVENIMENTE.....	22
12.1)	Invitarea tertilor la evenimente .....	22
12.2)	Reguli privind invitarea angajatilor la evenimente.....	22
12.2.1)	Invitatii acordate angajatilor .....	22
12.2.2)	Invitatii acordate partenerilor / insotitorilor angajatilor.....	22
13)	IMPOZITAREA BENEFICIILOR MONETARE.....	23
14)	RESPECTAREA PREVEDERILOR CODULUI DE CONDUITA .....	23
15)	INTRAREA IN VIGOARE .....	23
16)	REVIZUIREA PREZENTEI POLITICI.....	23



## 1) PREAMBUL

Termenul de “Eveniment” era utilizat pentru a defini o activitate anume sau un spectacol, insa in prezent acest termen poate fi utilizat pentru orice tip de evenimente. Spectrul evenimentelor se intinde de la intalniri de afaceri pana la spectacole organizate, care imbina informarea, emotia, actiunea si motivatia. Evenimentele organizate cu succes ne permit sa dezvoltam cultura organizationala si capacitatile Grupului nostru, precum si sa ne conectam la nivel personal si interactiv. Aceste evenimente sunt o parte importanta a conceptului nostru de comunicare si a mixului de marketing, in implementarea directiei noastre strategice.

Desi adesea evenimentele indeplinesc cerintele de unicitate si de concept individual, ele trebuie, de asemenea, sa respecte anumite politici. Acest raport creeaza cele mai inalte asteptari in privinta tuturor partilor implicate si, tinand cont de diversitatea culturala si natura internationala a Companiei noastre, este foarte important sa se creeze un cadru unitar valabil pentru toti angajatii, cu unicul scop de a avea si a urma o intelegere comuna asupra scopului Grupului. Politica privind Evenimentele defineste si seteaza acest cadru unitar.

## 2) OBIECTIVUL POLITICII

Scopul acestei politici este de a stabili criterii clare pentru planificarea, implementarea si monitorizarea indeplinirii scopului final al evenimentelor organizate de companiile Grupului OTE. Aceasta politica este menita sa reprezinte un cadru general strategic si un set de indrumari pentru angajatii implicati in planificarea si organizarea evenimentelor din cadrul departamentelor lor si care isi vor asuma rolul de Manager de Proiect al Evenimentului (organizatorul evenimentului) sau de Initiator al Evenimentului (functiunea care solicita evenimentul), ce includ o gama larga de responsabilitati foarte specifice.

Departamentul Marketing va organiza evenimentele destinate grupurilor-tinta interne si externe, colaborand indeaproape cu functiunile solicitante (Initiatorul Evenimentului), precum si cu celelalte functiuni interne, conform politicilor interne aplicabile (ex: Politica de Achizitii).

Principiile prezentate in aceasta politica au ca scop definirea in mod clar a acestor responsabilitati si roluri, iar prin standardizare pe scara larga, asigurarea unui mod de actiune bazat pe incredere, pentru toti cei implicati.

## 3) ARIE DE APLICABILITATE SI SCOPUL POLITICII

Politica intra in vigoare dupa aprobarea sa de catre organismele competente ale OTE si ale companiilor din Grupul OTE si se aplica tuturor angajatilor, indiferent de statutul lor si indiferent daca persoanele respective sunt Initiatorul Evenimentului sau Managerul de Proiect al Evenimentului.

Intalnirile de lucru prevazute de lege nu fac obiectul prezentei politici.



Aceasta Politică de Grup descrie scopul și cerințele legate de persoanele și departamentele la nivel de Grup și din subsidiare, inclusiv NextGen Communications S.R.L. – denumită în continuare generic “NextGen Communications” sau “Compania” –, care sunt implicate direct în planificarea, implementarea și monitorizarea unui eveniment și este în concordanță cu prevederile Codului de Conduita al Companiei, precum și cu valorile stipulate de cele cinci Principii de Bază din Codul de Conduita.

În plus, următoarele politici, legi și reguli trebuie luate în considerare:

▪ <b>Politica de Grup privind Frauda</b>	<b>Politica de Achiziții</b>
▪ <b>Politica de Grup privind Acordarea și Acordarea de Beneficii</b>	▪ <b>Politica de Grup privind Evitarea Corupției și a altor</b>
▪ <b>Politica de Grup privind Sponsorizările și Donatiile</b>	<b>Conflicte de Interese</b>

Politicele de mai sus, precum și toate celelalte politici existente, pot fi găsite pe paginile INTRANET ale fiecărei companii din Grupul OTE.

#### 4) DREPTURI DE ACCES

Accesul la această Politică este permis tuturor angajaților din companiile parte ale Grupului OTE.

#### 5) ADAPTAREA LOCALĂ A POLITICII

Implementarea acestei Politici de Grup la nivelul companiilor afiliate trebuie să fie în conformitate cu legislația națională și legislația internațională precum și cu obiceiurile culturale și co-determinarea drepturilor reprezentanților salariaților.

#### 6) DEFINIREA TERMENILOR ȘI DIFERENȚIEREA SCOPULUI ȘI A CONȚINUTULUI POLITICII DE GRUP

##### 6.1) Definierea și încadrarea Evenimentelor

În principiu, un eveniment este organizat punctual, ca o ocazie unică, într-un interval de timp limitat, la care participă un anumit grup de persoane (a se vedea Cap. 7.2 - Grupurile Tinta ale Evenimentelor). Scopul unui eveniment poate fi regăsit în obiectivele setate în Capitolul 7 - Obiectivele Evenimentelor.

Obiectivele și natura comunicării determină existența diferitelor tipuri de evenimente. Formatele evenimentelor individuale pot fi rezumate în următoarele categorii:

Categoria Evenimentului	Definitie	Beneficiu financiar / Cota de stimulent
<b>Evenimente legate de serviciu</b>	Accentul evenimentelor din aceasta categorie este pus, in primul rand, pe diseminarea cunostintelor si a informatiilor. In functie de formatul adoptat ele pot implica diferite grade de interactiune intre vorbitori si participanti. Acesta variaza de la cursuri si conferinte de presa, la conferinte mari de Grup, moderne, cum ar fi cele de tipul „Open Space” sau „Bar Camps”, pentru care definirea si continutul ordinii de zi sunt stabilite de catre participanti.	Nu exista beneficii individuale pentru participanti, care sa poata fi exprimate in termeni financiari. Astfel, beneficiul financiar al participantului este egal cu 0% din costul evenimentului.
<b>Evenimente de informare cu parte de divertisment</b>	Evenimentele din categoria info-divertisment au atat o componenta legata de serviciu (vezi categoria de mai sus), cat si un element de divertisment (stimulent personal). Acestea sunt utilizate pentru a obtine un raspuns mai activ si mai receptiv la informatiile comunicate. Un exemplu in acest sens este dat de evenimentele la nivel de Grup sau de Companie, in care prezentarile individuale referitoare la un concept sunt combinate cu elemente de divertisment. In plus fata de comunicarea informatiilor, aceste evenimente au ca obiectiv suplimentar sa ofere mediul propice pentru comunicarea interpersonală in cadrul unui grup de persoane, sub forma „Get Together”. Un alt exemplu este dat de evenimentele organizate pentru partenerii sociali sau pentru reprezentatii media, avand ca obiectiv principal dezvoltarea/mentinerea increderii.	Beneficiul financiar per participant poate varia intre 1%-100%, in functie de partea motivationala la nivelul fiecarui participant.
<b>Evenimente de divertisment</b>	Aceasta categorie include evenimentele care au ca scop principal divertismentul, pentru a genera un raspuns emotional puternic din partea participantilor; ex.: excursii de motivare.	In acest caz, exista un beneficiu clar pentru participant, care poate fi evaluat financiar. Beneficiul reprezinta



gen.ro

office@next-

www.next-gen.ro

	Evenimentele de divertisment includ adesea un nivel ridicat de interacțiune.	100% din costul per participant al evenimentului.
--	--	---

## 6.2) Definirea sistemelor stimulative (beneficiu individual)

### 6.2.1) Sistemele stimulative

Sistemele stimulative reprezintă un instrument eficient de management, în scopul de a transmite și de a promova aspectele strategice și prioritățile de business, contribuind în același timp și la rezultatele de vânzări și cifra de afaceri.

Concursurile reprezintă un alt instrument de creștere a gradului de motivare, în plus față de sistemele standard de bonusare. Concursurile sunt organizate în toate Companiile din cadrul Grupului și al filialelor acestora, ca o modalitate de îmbunătățire a rezultatelor și pentru a motiva angajații.

Stimulețele oferite participanților pot fi reprezentate de bonusurile primite în urma concursurilor.





### 6.2.2) Stimulent / beneficiu individual

Un stimulent reprezinta un bonus motivational care este acordat pentru o activitate anume sau atunci cand un anume obiectiv este atins. Stimulentele pot fi acordate sub forma de bani sau bunuri, insa pot reprezenta si un avantaj intangibil sau un beneficiu personal. Beneficiul personal este relevant, in special, in cazul evenimentelor. De exemplu, in momentul participarii la un eveniment in cadrul caruia le este oferit participantilor un program de divertisment, acesta ar constitui un beneficiu individual care poate fi masurat in termeni monetari.

### 6.3) Definirea Evenimentelor in contextul acestei Politici

Politica privind Evenimentele face diferentierea intre evenimentele organizate de Grup sau de una dintre Companiile din interiorul acestuia si evenimentele la care una din companiile Grupului este co-organizator sau sponsor.

#### 6.3.1) Evenimentele organizate de Companii din cadrul Grupului

In cadrul evenimentelor legate de serviciu, exista o diferenta mica intre o "simpla intalnire" si un eveniment in sens traditional. Din ratiuni de standardizare, evenimentele ce indeplinesc **cel putin unul dintre urmatoarele criterii** vor fi intotdeauna clasificate ca evenimente ce fac obiectul Politicii privind Evenimentele:

- Evenimentul are mai mult de 50 de participanti.
- Valoarea totala a organizarii evenimentului este egala sau mai mare cu 7.000 EURO, fara a include in aceasta suma costurile de cazare si transfer.
- Activitatea de organizare si pregatire a evenimentului depaseste standardul unei "Jour Fixe" (intalnire obisnuita periodica), de exemplu un training sau un workshop in cadrul propriei functiuni.

Evenimentele din categoriile „Info-divertisment” sau „Divertisment” vor face intotdeauna obiectul Politicii privind Evenimentele.

Daca un eveniment implica un beneficiu individual de orice fel (ex.: cadou corporativ, pranz etc.), este obligatoriu ca acesta sa fie analizat si aprobat si de catre Departamentul Conformitate Romania.

**Nota:** Toate referirile la „evenimente”, facute in continuare, au in vedere toate evenimentele ce fac obiectul Politicii privind Evenimentele, asa cum au fost acestea descrise mai sus.

#### 6.3.2) Evenimente de sponsorizare

Sponsorizarile reprezinta un element al strategiei de comunicare si de marketing si se refera la toate acele activitati de planificare, organizare, implementare si control asupra tuturor



actiunilor asociate contributiilor in bani, in natura sau in servicii in domeniile: sport, cultura, mediu, stiinta sau social, in conformitate cu Politica privind Sponsorizarile.

Instrumentul sponsorizare sustine si completeaza celelalte instrumente de comunicare ale companiei. Numeroasele servicii ce sunt oferite companiilor in schimbul sponsorizarilor fac ca proiectele de sponsorizare a sportului, artei, culturii si a domeniului social sa fie atractive pentru companii.

Solicitarile de sponsorizare trebuie transmise catre Departamentul Marketing si Departamentul Conformitate; aceasta din urma va trebui consultata atunci cand se initiaza o sponsorizare si va aproba documentul final (Memo de Sponsorizare).

**Nota:** In cazul in care apar evenimente ca urmare a acordarii unei sponsorizari, este de retinut ca si acestea se vor supune acestei Politici privind Evenimentele, precum si Politicii privind Sponsorizarile.

### **Compania din Grup este co-organizator sau sponsor:**

In ceea ce priveste evenimentele in care o companie din cadrul Grupului are doar rol de co-organizator sau de sponsor, este necesara o analiza individuala pentru fiecare eveniment in parte, pentru a vedea in ce masura sunt aplicabile prevederile Politicii privind Evenimentele. Departamentul Conformitate Romania va fi consultat de fiecare data cand se intalnesc astfel de situatii.

## **7) OBIECTIVELE EVENIMENTELOR**

Obiectivele clar definite reprezinta o conditie esentiala pentru planificarea si desfasurarea evenimentelor de succes.

Obiectivele trebuie sa fie stabilite de catre Initiatorul Evenimentului, la inceputul proiectului, si trebuie sa ramana aceleasi pe parcursul intregului proces de realizare a evenimentului. Acestea vor fi definite utilizand Informarea detaliata asupra Evenimentului - Brief ca parte din informarea initiala.

Pe baza obiectivelor stabilite trebuie evaluat daca un eveniment reprezinta modul potrivit de comunicare sau nu si trebuie stabilita categoria de evenimente adecvata. Dupa finalizarea evenimentului, poate fi realizata o evaluare, prin care sa se masoare gradul de realizare a obiectivelor (succesul evenimentului). Aspectele-cheie desprinse din astfel de evaluari trebuie utilizate in planificarea unor evenimente ulterioare, asemanatoare.

### **7.1) Planificarea Evenimentului si informarea prealabila cu privire la acesta**

Pentru implementarea efectiva si eficienta a unui eveniment, Initiatorul Evenimentului trebuie sa planifice, in avans, intr-o maniera structurata si sa pregateasca formularul aferent (Informarea detaliata asupra Evenimentului – Brief) – a se vedea Cap. 8 – Arii de responsabilitate in organizarea evenimentelor. Initiatorul Evenimentului trebuie sa raspunda

la urmatoarele intrebari, care il vor ajuta sa defineasca clar obiectivele (7. Obiectivele Evenimentelor).

<b>Intrebare</b>	<b>Raspuns</b>
<b>Grupul tinta si numarul participantilor</b> Cui i se adreseaza/ Cine va fi invitat?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terti</li> <li>▪ Angajatii Companiei</li> <li>▪ Parteneri sociali</li> </ul>
<b>Obiectiv</b> Care este scopul evenimentului?	Se va detalia in Brief
<b>Categoria Evenimentului – cum va fi implementat evenimentul?</b>	<p><b>Exemple de evenimente legate de serviciu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Caravana fara elemente stimulative</li> <li>▪ Conferinte la nivel de Grup (Open Space, Future Conference etc.) fara elemente stimulative</li> <li>▪ Conferinte de presa</li> <li>▪ Eveniment BarCamp fara elemente stimulative</li> <li>▪ Training, Seminar, Workshop</li> </ul> <p><b>Exemple de evenimente de informare cu parte de divertisment:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intalniri / conferinte cu un element stimulat</li> <li>▪ Caravana ce cuprinde elemente de divertisment</li> <li>▪ Evenimente de presa cu elemente stimulative</li> <li>▪ BarCamp cu un element stimulat</li> <li>▪ Team building / Off-site</li> <li>▪ Ceremonii de decernare de premii</li> <li>▪ Evenimente de lansare (produse)</li> <li>▪ Promotii</li> <li>▪ Evenimente exclusive cu un anumit grup de participanti</li> </ul> <p><b>Exemple de evenimente de divertisment:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evenimente ale companiei sau nu</li> <li>▪ Calatorii de motivare</li> <li>▪ Concerte</li> <li>▪ Petreceri in cadrul unor targuri</li> <li>▪ Evenimente culturale</li> <li>▪ Sponsorizari: muzica, sport, cultura</li> </ul>
<b>Intervale de timp</b>	<p><b>Exemple</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 4 ore</li> <li>▪ 2 zile</li> <li>▪ Turneu de o zi, in X locatii, desfasurat pe parcursul a X</li> </ul>

---

saptamani

**Buget**

A se calcula pentru fiecare element in parte, proportional cu obiectivele si cu eficienta economica a organizarii evenimentului.

Categoria unui eveniment poate fi stabilita luand in considerare aceste date.

**7.2) Grupurile tinta ale evenimentelor**

Grupurile tinta ale evenimentelor sunt diferite, in general, intre participantii interni si externi. Acestia trebuie selectati in conformitate cu obiectivele evenimentului si cu interesele de afaceri ale Companiei / Grupului.

<b>Grupuri tinta in interiorul Companiei/Grupului</b>	<b>Grupuri tinta in exteriorul Companiei/Grupului</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Membri ai Consiliului de Administratie / Conducerii Executive</li><li>▪ Manageri</li><li>▪ Angajati</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Clienti (de business sau rezidentiali)</li><li>▪ Parteneri de afaceri si colaboratori</li><li>▪ Jurnalisti / reprezentanti ai mass media</li><li>▪ Actionari</li><li>▪ Oficialitati</li></ul>

**Nota:** In general, evenimentele ar trebui proiectate astfel incat sa nu includa si extinderea invitatiilor catre insotitorii clientilor sau ai angajatilor.

**7.3) Anexa si Informarea detaliata (Brieful) cu privire la Eveniment**

Asemnator tuturor celorlalte instrumente de comunicare, evenimentele trebuie sa contribuie la indeplinirea obiectivelor de business ale Companiei si trebuie sa aduca la viata personalitatea marcii Companiei / Grupului. Pentru a reusi acest lucru, Initiatorul Evenimentului trebuie sa utilizeze Anexa si Informarea detaliata (Brief) a Evenimentului, pentru a identifica si determina obiectivele evenimentului inainte de inceperea acestuia.

Exista o Anexa si o Informare detaliata pentru grupurile tinta din afara Companiei / Grupului si o alta pentru grupurile tinta din interiorul Companiei / Grupului. Este obligatoriu ca fiecare eveniment sa contribuie la indeplinirea unui set clar definit de obiective. Aceste obiective sunt definite ca tinte minime, care pot fi suplimentate, optional, cu obiective aditionale.

Obiectivele definite reprezinta baza dezvoltarii conceptului evenimentului, baza selectarii categoriei adecvate a evenimentului si, de asemenea, baza pentru evaluarea evenimentului.



Rezultatele evaluării trebuie utilizate pentru continuarea dezvoltării de concepte de succes, precum și pentru ajustarea formatelor mai puțin eficiente. Inițiatorul Evenimentului trebuie să inițieze o evaluare pentru a verifica dacă obiectivele au fost atinse.

#### 7.4) Evaluarea obiectivelor

Evaluarea trebuie inclusă în procesul de documentare a unui eveniment și să fie utilizată ca bază pentru optimizarea evenimentelor viitoare.

##### 7.4.1) Metode de evaluare

- Evaluări scrise
- Chestionare în format electronic
- Chestionare pe suport de hartie
- Interviu personal
- Intervievare personală asistată de computer

---

**Nota:** În oricare dintre metodele de evaluare, protecția datelor și anonimitatea trebuie garantate. Întotdeauna se va ține cont de legislația aplicabilă și de regulile interne ale Companiei / Grupului.

---

##### 7.4.2) Care sunt evenimentele ce trebuie evaluate?

Evaluarea unui eveniment organizat de către Companie / Grup trebuie realizată utilizând un chestionar valabil la nivel de Grup, dacă acel eveniment este încadrat ca fiind eveniment conform Politicii de Evenimente. Aceasta se aplică tuturor evenimentelor din cadrul categoriei „Evenimente de informare cu parte de divertisment” și „Evenimente de divertisment”, precum și celor din categoria „Legat de muncă”, dacă îndeplinesc cel puțin unul dintre următoarele criterii:

- Evenimentul are mai mult de 50 de participanți;
- Valoarea totală a organizării evenimentului este egală sau mai mare de 7.000 EURO, fără a fi incluse, în această sumă, costurile de cazare și transfer.
- Activitatea de organizare și pregătire a evenimentului depășește standardul unei „Jour Fixe” (întâlnire obișnuită periodică), de exemplu un training sau a un workshop în cadrul propriei funcțiuni.

Dacă Grupul / Compania are doar rol de co-organizator sau sponsor al unui eveniment, Inițiatorul Evenimentului trebuie să verifice în ce măsură este posibilă o evaluare, bazată pe costurile totale, pe obiective și cadrul de conformitate, inclusiv pe legislația aplicabilă.

## 8) ARIILE DE RESPONSABILITATE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR

### 8.1) Definirea responsabilitatilor Initiatorului Evenimentului si ale Managerului de Proiect al Evenimentului

Initiatorul Evenimentului (IE)	Managerul de Proiect al Evenimentului (MPE)
Initiatorul Evenimentului este angajatul / functiunea solicitanta care initiaza un eveniment, care detine intreaga responsabilitate si adesea asigura bugetul necesar organizarii si desfasurarii evenimentului.	Managerul de Proiect al Evenimentului este reprezentantul Departamentului Marketing care este responsabil cu planificarea, implementarea si evaluarea evenimentelor.

Subiect	Atributiile si responsabilitatile Initiatorului de Eveniment (IE)	Atributiile si responsabilitatile Managerului de Proiect al Evenimentului (MPE)
General		Aderarea la regulile descrise in Politica de Evenimente.
	<b>Nota:</b> Daca IE nu respecta regulile Politicii privind Evenimentele, chiar si dupa ce a primit instructiuni in acest sens de catre MPE, acesta din urma se poate retrage de la organizarea evenimentului si poate sa transfere intreaga sa responsabilitate catre IE, printr-o notificare scrisa cu referire la capitolul relevant al versiunii la zi a acestei Politici de Grup. Aceasta notificare trebuie, de asemenea, documentata. MPE va informa Dept. Conformitate Romania despre acest lucru.	
		Aderarea si implementarea regulilor acestei Politici de Grup prin intermediul unor furnizori de servicii externe sau agentii. Daca o agentie preia o parte din eveniment, MPE-ul Companiei/Grupului detine responsabilitatea finala. Transferarea acestei

		responsabilitati catre furnizorii de servicii externe sau catre agentii este strict interzisa.
<b>Buget</b> <b>Finante</b> <b>Taxe</b> <b>Achizitii</b>	Aderarea la raportul participant – gazda (a se vedea art. 9.2 Raportul participant-gazda)	Aderarea la cadrul bugetar stabilit, luand in considerare si procesul de achizitie.
		Atunci cand este posibil, se vor utiliza resursele interne ale Companiei / Grupului (ex.: locatia). Vor avea prioritate sinergiile care pot fi obtinute din informatiile despre evenimente din cadrul altor functiuni din Companie / Grup si/sau prin colaborarea cu functiunile care se ocupa de organizarea evenimentelor.
		Asigurarea luarii in consierare inainte de eveniment a tuturor informatiilor si documentelor nationale referitoare la impozitare.
<b>Obiective</b>	Furnizarea unei informari scrise detaliate (Anexa si Informarea detaliata (Brief) a Evenimentului).	Documentarea schimbarilor aduse informarilor detaliate (Brief-ului). Eventualele costuri aditionale, rezultate din modificari, trebuie evitate prin cautarea de consultanta de specialitate si, acolo unde este cazul, sa fie documentate si aprobate corespunzator. (vezi 7 – Obiectivele evenimentelor)
	Definirea obiectivelor evenimentului planificat utilizand Anexa si Informarea detaliata (Brief) a Evenimentului.	
	Initierea evaluarii obiectivelor stabilite, in cazul in care evenimentul trebuie evaluat. (vezi 7.4.2. – Care sunt evenimentele ce trebuie	

	evaluate?).	
<b>Pre- aprobari</b>	Implicarea Dept. Conformitate Romania inca de la initierea evenimentului, cu privire la elementele ce tin de Conformitate, si informarea MPE despre rezultate.	La momentul initierii planificarii evenimentului, analizarea aspectelor de tin de Conformitate si consilierea in consecinta a IE.
		Implicarea functiunii Achizitii de la inceputul procesului de planificare a evenimentului, pentru a putea obtine un raport cost – beneficiu optim pentru achizitiile legate de eveniment.
<b>Aprobari</b>	Transmiterea tuturor aprobarilor care MPE inainte de initierea evenimentului.	Solicitarea si documentarea tuturor aprobarilor de la IE, care trebuie obtinute, conform Politicii privind Evenimentele, inainte de Eveniment.
	Obtinerea aprobarii pentru evenimentele in care participantii primesc beneficii monetare (vezi 8.2. Aprobarea evenimentelor).	
	Obtinerea aprobarii pentru sponsorizarea partiala a evenimentelor de catre terti (vezi 9.3 – Finantarea evenimentelor de catre terti).	
	Obtinerea aprobarii pentru raportul de unu la unu la un eveniment (vezi 9.2 – Raportul participant-gazda).	
	Obtinerea aprobarii pentru clauza de exceptie, prin care pot fi invitati / se pot aloca bilete pentru angajati sau pentru insotitorii acestora sau pentru alte utilizari individuale (vezi 12.2 – Reguli privind invitarea angajatilor la evenimente).	
<b>Verificarea din punctul de vedere al</b>	In caz de incertitudine cu privire la interpretarea Politicii de Grup privind Acceptarea si Acordarea de	Initierea unei verificari de conformitate de catre Dept. Conformitate Romania – aceasta



<b>conformitati i</b>	Beneficii, este necesara initierea unei verificari din partea Dept. Conformitate Romania. Aceasta verificare poate fi delegata catre MPE sau poate fi efectuata impreuna cu MPE.	include toata documentatia si asigura faptul ca aprobarea de la Conformitate a fost obtinuta corespunzator.
	<b>Nota:</b> Aceasta verificare garanteaza respectarea regulilor relevante pentru IE.	
	De exemplu, respectarea regulilor de Conformitate (ex.: examinarea listei de invitati) atunci cand se aloca biletele.	

## 8.2) Aprobarea evenimentelor

Ca regula generala, evenimentele care ofera beneficii financiare participantilor (categoriile „Evenimente de informare cu parte de divertisment” si „Evenimentele de divertisment”) trebuie aprobate de catre Departamentul Conformitate Romania.

Initiatorul Evenimentului este responsabil pentru obtinerea aprobarilor si transmiterea acestora catre MPE (principiul revizuirii de catre doua persoane / „principiul celor 4 ochi”).

Toate evenimentele trebuie sa fie aprobate in scris, anterior datei evenimentului, de superiorul Initiatorului Evenimentului.

## 8.3) Documentarea si finalizarea evenimentelor

- Informarea detaliata (Brief) care contine obiectivele evenimentului, precum si modificarile aduse informarii initiale.
- Managerul de Proiect al Evenimentului trebuie sa colecteze toate documentele care stau la baza schimbarilor care pot interveni in raport cu informarea initiala realizat de Initiatorul Evenimentului. Daca aceste modificari genereaza costuri aditionale, Managerul de Proiect al Evenimentului trebuie sa il consilieze pe Initiatorul Evenimentului si sa ii recomande, atunci cand este posibil, o alternativa mai putin costisitoare sau mentinerea formei initiale. De asemenea, rezultatul acestei consilieri trebuie documentat. Toate aspectele relevante din punctul de vedere al Conformitatii (ex.: lista de participanti, beneficii individuale etc.) trebuie reanalizate de catre Departamentul Conformitate Romania, in cazul in care apar modificari.
- Invitatie
- Agenda evenimentului / concept
- Lista participantilor, care sa contina urmatoarele campuri:  
Nume de familie / Prenume, Grupul de Companii / numele Companiei, detalii despre orice tip de cadouri si valoarea lor bruta.

- In cazul in care cadourile vor fi oferite invitatilor ca parte a unui eveniment, campurile pentru alocarea cadourilor trebuie completate pe lista de participanti sau pe o lista separata, care trebuie pastrata.
- Un raport al costurilor totale, inclusiv al costurilor per persoana. Costurile per persoana pot fi calculate impartind costul total la numarul de participanti inregistrati.
- Rezultatul evaluarii, inclusiv al masurilor derivate
- Toate rezultatele auditului si toate aprobarile (ex.: aprobarea speciala de la Departamentul Conformitate Romania; aprobarea scrisa de la superiorul aferent si de la managerul centrului de cost).

## 9) ASPECTELE ECONOMICE ALE EVENIMENTELOR

### 9.1) Eficienta economica si oportunitatea

Fiecarui angajat i se solicita sa utilizeze cu grija bunurile Companiei. Costurile pentru fiecare eveniment ar trebui sa ofere Companiei o contravaloare rezonabila (rata adecvata de rentabilitate). Comparativ cu alte instrumente de comunicare, evenimentele ofera contact direct si personal cu grupurile tinta. Insa acest avantaj aduce cu sine cheltuieli mai mari (costuri per persoana). Luand in considerare obiectivele definite, trebuie efectuata o analiza critica a masurilor de comunicare, pentru a se stabili care dintre acestea ofera cele mai bune rezultate (vezi Cap. 7 – Obiectivele evenimentelor). O combinatie / integrare a mai multor modalitati de comunicare este de asemenea necesara frecvent pentru a atinge obiectivele stabilite.

**Nota:** Mita comerciala reprezinta o infractiune penala. Este interzis a se utiliza evenimentele si invitatiile la evenimente pentru a acorda tratamente preferentiale ilicite sau pentru a exercita o influenta necuvenita asupra unui partener de afaceri. Pentru mai multe detalii, va rugam sa consultati Politica privind si Acceptarea Acordarea de Beneficii.

Obiectivul si grupul tinta caruia i se adreseaza un eveniment trebuie luate in considerare in momentul planificarii evenimentului, care se va inscrie in bugetul propus si va urma principiul ratei adecvate de rentabilitate. Evenimentele trebuie planificate si implementate tinand cont de principiile de eficienta si oportunitate (cum ar fi costurile per persoana). Resursele interne ale Companiei / Grupului (ex.: spatiile proprii) trebuie utilizate cat mai mult posibil. Sinergiile trebuie sa aiba prioritate, iar acestea pot fi obtinute prin informarea altor functiuni ale Companiei / Grupului despre organizarea respectivului eveniment.

### 9.2) Raportul participant-gazda

Pentru anumite evenimente este necesar un raport participant – gazda echilibrat, cum ar fi prezentarile de produse catre clientii corporativi si evenimentele pentru reprezentantii media.



Gazdele sunt reprezentate de angajatii Companiei / Grupului, care interactioneaza cu invitatii la locul de desfasurare a evenimentului (ex.: reprezentantii de vanzari). Personalul care are atributii strict organizationale in cadrul evenimentului nu va fi luat in considerare in determinarea raportului participant – gazda.

- Pentru grupuri de pana la 5 invitati, trebuie alocata cel putin o persoana drept gazda (raportul participant – gazda 5:1).
- Pentru grupuri cu mai mult de 5 invitati, la fiecare gazda trebuie alocati cel mult 15 invitati (raportul participant - gazda 15:1).
- Insoitorii invitatilor nu vor fi luati in calcul in raportul participant - gazda.

**\*) Nota:** Un raport participant gazda de 1:1 este permis doar in situatii exceptionale. Doar Departamentul Conformitate Romania poate acorda o asemenea permisiune. Aceasta permisiune trebuie obtinuta de catre Initiatorul Evenimentului.

- Invitatii ce primesc bilete pentru evenimente sportive sau muzicale la un eveniment special ce se adreseaza unui grup tinta, ca parte a unei sponsorizari, trebuie insotiti de o gazda (ex.: clienti de afaceri, reprezentanti media etc.)
- Orice persoana care actioneaza in calitate de gazda, in termenii definiti de Politica de Evenimente, este considerata a fi reprezentantul Initiatorului Evenimentului si trebuie sa isi asume toate atributiile relevante (vezi Cap. 8.1. – Definitia responsabilitatilor Initiatorului Evenimentului si ale Managerului de Proiect al Evenimentului).

**Nota:** Regulile cu privire la raportul participant – gazda nu sunt aplicabile evenimentelor din categoria celor de serviciu, unde nu ar trebui alocate gazde.

### 9.3) Finantarea evenimentelor de catre terti

Finantarea partiala a evenimentelor de catre parteneri de afaceri in baza unor contracte prin care isi iau angajamentul de a sponsoriza sau prin intermediul unor parteneriate (ex.: aliante strategice) este, in general, permisa. Orice alte finantari partiale trebuie aprobate in scris de catre Departamentul Conformitate Romania si Directorul respectivului centru de costuri. Initiatorul Evenimentului este responsabil pentru obtinerea acestei permisiuni. In cazul in care exista dubii sau neclaritati, Departamentul Conformitate Romania va initia un audit.

### 9.4) Initierea comenzilor si achizitiile

Pentru a obtine cel mai bun raport cost – beneficii in urma unui eveniment, Managerul de Proiect al Evenimentului trebuie sa implice functiunea Achizitii inca din prima faza a evenimentului. Toate comenzile lansate trebuie sa respecte Politica de Achizitii a NextGen Communications sau politica de achizitii a companiei din grupul OTE care organizeaza evenimentul.



## **10) PRINCIPII GENERALE ALE ORGANIZARII EVENIMENTELOR**

### **10.1) Echipa de organizare a evenimentului**

Echipa de organizare a evenimentului, care consta din membrii functiunii Initiatorului Evenimentului si membrii echipei Managerului de Proiect al Evenimentului, este responsabila pentru supravegherea si controlul desfasurarii evenimentului, astfel incat sa asigure respectarea strategiei, marcii, imaginii si valorilor conform scopului evenimentului si al Companiei / Grupului. Aceasta echipa analizeaza indicatiile anuale privitoare la planificarea evenimentelor si bugetelor, pentru a fi aliniate cu obiectivele si a obtine aprobarile.

Funciunile care se ocupa de evenimente sau alte functiuni desemnate pentru a planifica si a organiza evenimente trebuie sa realizeze o planificare anuala consolidata si centralizata a evenimentelor si bugetelor pentru zona lor de responsabilitate.

### **10.2) Standardele de calitate**

Identitatea corporativa si procedurile interne ale Initiatorului Evenimentelor trebuie avute in vedere in momentul proiectarii si implementarii evenimentelor.

### **10.3) Securitate**

Problema securitatii trebuie tratata cu mare seriozitate de toti cei implicati in organizarea unui eveniment. Managerul de Proiect al Evenimentului este obligat sa respecte atat legislatia in vigoare, cat si regulile interne ale Companiei si trebuie sa informeze Divizia Securitate Romania, care este responsabila de analiza si evaluarea evenimentului pentru ca, in functie de situatie, sa implementeze masuri speciale de securitate, in conformitate cu Politica pentru protectia personalului si evenimente (PL21.ERM.02).

### **10.4) Protectia datelor**

In momentul pregatirii si desfasurarii evenimentelor, trebuie avute in vedere legislatia privind protectia datelor si regulile interne ale Companiei / Grupului. In special, trebuie luate in considerare principiile aplicabile in privinta calitatii datelor, minimizarii cantitatii de date colectate si evitarii colectarii datelor ce nu sunt necesare.

### **10.5) Prezenta reprezentantilor media**

In cazul in care reprezentantii media sunt prezenti la orice tip de evenimente, Managerul de Proiect al Evenimentului – daca nu face parte din echipa responsabila de comunicarea cu reprezentantii media – va informa in timp util Departamentul Marketing pentru a se ocupa de



reprezentantii media, in mod adecvat si in vederea comunicarii corespunzatoare a informatiilor (conform PL3.SERM.01 – Politica de reprezentare fata de Mass Media si alte publicuri critice).

### **10.6) Sustenabilitate – Evenimente ecologice**

Evenimentele organizate influenteaza mediul in diferite modalitati. Prin selectarea locului de desfasurare a evenimentului, efectul asupra mediului poate fi, de exemplu, redus prin minimizarea calatoriilor catre si dinspre locul respectivului eveniment. Va contribui la acest deziderat si achizitionarea produselor si serviciilor intr-un mod ecologic. Astfel, Managerul de Proiect al Evenimentului este obligat sa ia toate masurile de protejare a mediului pe parcursul organizarii evenimentului, incepand de la stadiul de planificare si pana la final.

## **11) LISTA BILETELOR PRIMITE IN URMA UNEI SPONSORIZARI**

### **Alocarea biletelor primite ca beneficiu al sponsorizarilor**

Participarea la evenimente impreuna cu partenerii de afaceri trebuie sa promoveze stabilirea si mentinerea relatiilor de afaceri, care sunt, de asemenea, bazate pe incredere personala si respect reciproc. Invitarea partenerilor de afaceri la un eveniment nu trebuie sa aiba legatura cu obiectivele corporative, si nici cu asteptarile de afaceri.

- Alocarea biletelor la evenimente catre partenerii de afaceri trebuie efectuata in conformitate cu angajamentele asumate de companiile din Grup cu privire la sponsorizari prevederile contractelor cu beneficiarul sponsorizarii cu privire la obligatiile beneficiarului fata de sponsor. Achizitionarea suplimentara de bilete in vederea alocarii acestora este posibila doar in cazuri exceptionale si justificate, cumparate in mod economic si adecvat. Ca regula generala, toate alocarile biletelor primite ca beneficiu in urma efectuarii unei sponsorizari trebuie efectuate respectand regulile de conformitate, iar alocarea acestora trebuie aprobata si documentata corespunzator.
- Alocarea biletelor catre anagajati ca stimulent este in general permisa, insa utilizarea lor pentru evenimentele cu partenerii de afaceri trebuie sa aiba prioritate.
- Biletele care nu sunt utilizate pentru scopurile descrise mai sus (biletele care au ramas) pot fi acordate partenerilor media, pot fi donate sau pot fi acordate angajatilor in cadrul campaniilor desfasurate intern, in conformitate cu regulile aplicabile si cu aprobarea Departamentului Conformitate Romania.
- Locurile VIP sunt destinate, in principal, clientilor cu functii inalte (directori/managerei). Biletele devenite disponibile in ultimul moment pot fi utilizate de catre gazda doar in limitele prevederilor Politicii privind Evenimentele si a Politicii privind Acceptarea si Acordarea de Beneficii. Daca acest lucru nu poate fi garantat, atunci biletele vor fi returnate functiunii responsabile pentru eveniment sau trebuie evitata alocarea acelor



bilete (daca a ramas prea putin timp pentru organizarea unei campanii catre angajatii implicati intr-o campanie sau catre reprezentatii media). Biletele nu trebuie utilizate sub nicio forma intr-o maniera contrara prevederilor acestei politici, de exemplu sa fie transmise prietenilor sau familiei.

**Nota:** Initiatorul Evenimentului este responsabil de respectarea regulilor de Conformitate (ex.: reanalizarea listei invitatilor) atunci cand sunt alocate biletele (vezi 8.1. – Definierea responsabilitatilor Initiatorului Evenimentului si ale Managerului de Proiect al Evenimentului) precum si de obtinerea aprobarilor necesare.

In indeplinirea atributiilor ce tin de ospitalitate, gazdele (ex.: personalul de vanzari) trebuie sa aiba in vedere regulile mentionate in Cap. 8.1. – Definierea responsabilitatilor Initiatorului Evenimentului si ale Managerului de Proiect al Evenimentului si Cap. 9.2 – Raportul participant-gazda.

## 12) ASPECTE DE CONFORMITATE RELEVANTE LA EVENIMENTE

### 12.1) Invitarea tertilor la evenimente

Invitarea / alocarea de bilete la un eveniment reprezinta acordarea unui beneficiu, conform Politicii privind Acceptarea si Acordarea de Beneficii (PL01.ERM.04), care va trebui, de asemenea, consultata.

### 12.2) Reguli privind invitarea angajatilor la evenimente

#### 12.2.1) Invitatii acordate angajatilor

Invitarea / alocarea de bilete catre angajatii Companiei nu este permisa daca nu reprezinta o modalitate de motivare a angajatului. Acest lucru se aplica in special invitatiilor alocate angajatilor din alte companii din interiorul Grupului. Exceptiile de la regula de mai sus pot fi acordate doar cu aprobarea scrisa a Departamentului Conformitate Romania si a managerului responsabil de centrul costurilor. Initiatorul Evenimentului trebuie sa obtina si sa documenteze aceasta aprobare.

#### 12.2.2) Invitatii acordate partenerilor / insotitorilor angajatilor

Invitarea / alocarea de bilete insotitorilor si / sau partenerilor angajatilor sau pentru orice alt uz personal nu este permisa. Exceptiile necesita aprobarea prin confirmare scrisa informala din partea Departamentului Conformitate Romania. Initiatorul Evenimentului trebuie sa obtina si sa documenteze aceasta aprobare.



gen.ro

office@next-  
www.next-gen.ro

### **13) IMPOZITAREA BENEFICIILOR MONETARE**

Înainte de eveniment trebuie luate în considerare datele și documentele fiscale naționale, iar jurisdicția națională relevantă trebuie să fie respectată.

### **14) RESPECTAREA PREVEDERILOR CODULUI DE CONDUITA**

Această politică își propune să sprijine implementarea cu succes a evenimentelor în interesul NextGen Communications / Grupului OTE. În caz de abateri deliberate, vor fi aplicate măsuri disciplinare conform legislației aplicabile și a regulilor interne.

### **15) INTRAREA ÎN VIGOARE**

În cazul NextGen Communications Politică intră în vigoare prin aprobarea de către conducerea Companiei. Pentru celelalte companii din Grupul OTE, Politică va intra în vigoare prin decizia organelor competente.

### **16) REVIZUIREA PREZENȚEI POLITICI**

În cazul unei modificări sau actualizări a prezentei Politici, sunt aplicabile dispozițiile Politicii PL1.EEM.01 “Aprobarea Politicilor / Proceselor / Procedurilor Corporative”.