



people in compliance



talk #4

Compliance, Commitment e Comunicazione

Il ruolo della comunicazione e della formazione nella creazione di una cultura interna della compliance



l'intervista

Cultura dell'etica e nuovi skill per rispondere ai cambiamenti

Nadège Rochel, Healthcare
Compliance Officer di Janssen Italia



ritratti e organizzazioni

Non ci può essere business senza compliance

A colloquio con Giovanna Rosato,
responsabile della funzione Compliance
di Danone per Italia e Grecia

Milano, 27 giugno 2023

INNOVA in compliance awards

compliance
design

CARNÀ
&partners

INNOVA IN COMPLIANCE

è l'iniziativa sviluppata da compliance.design.it in collaborazione con Carnà & Partners per valorizzare e premiare progetti, team e manager del mondo GRC che si sono distinti per innovazione, qualità, intuizione, professionalità e spirito di squadra.

SCOPRI DI PIÙ



Milano, 27 giugno 2023

INNOVA in compliance awards

compliance
design

CARNÀ
&partners

Il Premio

è aperto a team e manager che svolgono compiti di responsabilità nelle aree Compliance, Ethics, Governance, Risk e Internal Auditing di aziende con sede in Italia.

La Candidatura

Ogni candidatura o segnalazione dovrà indicare:

- il progetto e/o l'attività svolta, evidenziando gli elementi di unicità, creatività e/o innovatività utilizzati per affrontare e superare le criticità
- il risultato e i benefici ottenuti dall'azienda e dagli stakeholder in generale

Le Categorie

Il Premio è suddiviso in 5 categorie:

- Digital compliance
- Third party compliance
- Cyber risk & compliance
- Sustainability & compliance
- Innovative compliance

INVIA LA
CANDIDATURA!



Le candidature potranno pervenire entro il 30 maggio 2023. Clicca e leggi di più!

Siemens, Anna Rosa Cosi è la nuova General Counsel & Compliance Responsible per Italia e Grecia



Anna Rosa Cosi è la nuova General Counsel Legal & Compliance Responsible per l'Italia e la Grecia di Siemens. Prende il posto di Pierfrancesco De Rossi che resta Ceo di Siemens Mobility. Cosi proviene da Western Digital dove era senior director e assistant general counsel EMEA. In precedenza, ha lavorato in SanDisk, azienda poi acquisita da Western Digital. Cosi ha iniziato la sua carriera professionale negli studi legali, collaborando con Jones Day, Gianni & Origoni e Alpeggiani. Nel suo nuovo ruolo, la professionista riporterà al Ceo di Siemens in Italia.



Vodafone Italia, Corda assume anche il ruolo di Direttore External Affairs

Antonio Corda, attuale Direttore Affari Legali, Compliance & Privacy, aggiunge alle sue responsabilità anche il ruolo di Direttore External Affairs ad interim, a riporto dell'AD, Aldo Bisio.

Corda che è membro del Comitato Esecutivo e del Cda di Vodafone Italia, nonché del second brand Ho Italia, avrà quindi anche il ruolo di rappresentare l'azienda presso il Governo, le Autorità ed altri organismi istituzionali, nonché assicurare il supporto regolamentare e nelle attività di Sicurezza.

Entrato in Vodafone Italia nel 2009, ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità fino ad assumere nel 2012 l'incarico di Head of Legal.

In precedenza è stato General Counsel del Gruppo Tiscali. Dal 2016 è membro del Consiglio Direttivo dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria e dal 2020 membro dei Cda di Inwit.

Q8 Italia, Pacciolla nominato ead of legal risk management & integrated compliance



Cosimo Pacciolla è stato nominato Head of Legal Risk Management & Integrated Compliance di Kuwait Petroleum Italia nell'ambito del modello organizzativo – recentemente rivisto – del Dipartimento Legal, guidato da Fortunato Costantino neodesignato General Counsel e HR Director.

La nomina rientra nella strategia complessiva di Q8 di rafforzare gli standard di prevenzione dei rischi aziendali, promuovendo una gestione trasversale e integrata della Compliance aziendale in tema di Anticorruzione, Antitrust, Whistleblowing, Ambiente e Sicurezza sul Lavoro, Responsabilità d'Impresa, ora affidati a Pacciolla.

Bauli, Jacopo Perina è group legal & compliance manager

Bauli ha annunciato la promozione di Jacopo Perina al ruolo di group legal & compliance manager. Il professionista riporterà direttamente al consiglio di amministrazione.

Perina prima di entrare nel gruppo dolciario italiano nel maggio del 2019 come compliance officer ha lavorato come libero professionista, principalmente nel settore dei White Collars Crimes e del Diritto Penale di Impresa.



PNRR E ANTICORRUZIONE

PREVENZIONE DEI RISCHI ED
EFFICIENTAMENTO NELLA
GESTIONE DELLE RISORSE

AITRA
ASSOCIAZIONE ITALIANA
TRASPARENZA E ANTICORRUZIONE

compliance
design

EY



LUNEDÌ 29 MAGGIO
ORE 15:00-18:00



SEDE EY ROMA
VIA LOMBARDIA, 31

REGISTRATI

Posti disponibili limitati

Save
the
Date



Compliance, Commitment e Comunicazione

Il ruolo della
comunicazione e
della formazione
nella creazione di
una cultura interna
della compliance

compliance
design

PARTNER **EY**





Si è tenuto lo scorso 27 marzo il quarto incontro del ciclo GRC Talks. 8 incontri di networking e confronto con i principali protagonisti del mondo compliance sviluppati in collaborazione con EY Forensic & Integrity Services.

Il talk dal titolo "Compliance, Commitment e Comunicazione" ha posto l'accento sul ruolo sempre più importante della comunicazione e della formazione nella creazione di una cultura interna della compliance.

L'incontro ha visto la partecipazione di **Susanna Luini** (Head of Compliance Governance, Culture and Privacy ENI), **Paolo Marpillero** (Group Compliance Manager Ferrari e Co-Founder Lab4Compliance), **Davide Morandi** (Chief Compliance Officer and DPO Credem), e il coordinamento e la moderazione di **Massimiliano Carpino** (Senior Advisor Compliance & Investigations EY Forensic & Integrity Services).

Di seguito una sintesi degli interventi a cura della redazione di compliance.design.it

Comunicazione, formazione e cultura.

Una sequenza sicuramente non casuale che esprime un concetto apparentemente ovvio: per creare cultura è necessario comunicare e formare. Ma in realtà quando la cultura si riferisce alla compliance, ossia, alla conformità normativa, non è così ovvio, né tanto meno agevole creare una consapevolezza che sia allo stesso tempo diffusa, duratura, preventiva, protettiva e difensiva.

Non sempre comunicazione e formazione sono viste e vissute come facce della stessa medaglia. Formare in maniera efficace non può prescindere da un'adeguata comunicazione, così come il linguaggio utilizzato deve adattarsi ad ogni singolo interlocutore.

Comunicazione, formazione e cultura, considerate soft skills, non possono prescindere, ma anzi devono essere alimentate, da una conoscenza tecnica e da un possesso della materia rigorosa, senza le quali parole e concetti non potranno mai condizionare i comportamenti delle persone.



Massimiliano Carpino
Senior Advisor Compliance & Investigations EY Forensic & Integrity Services

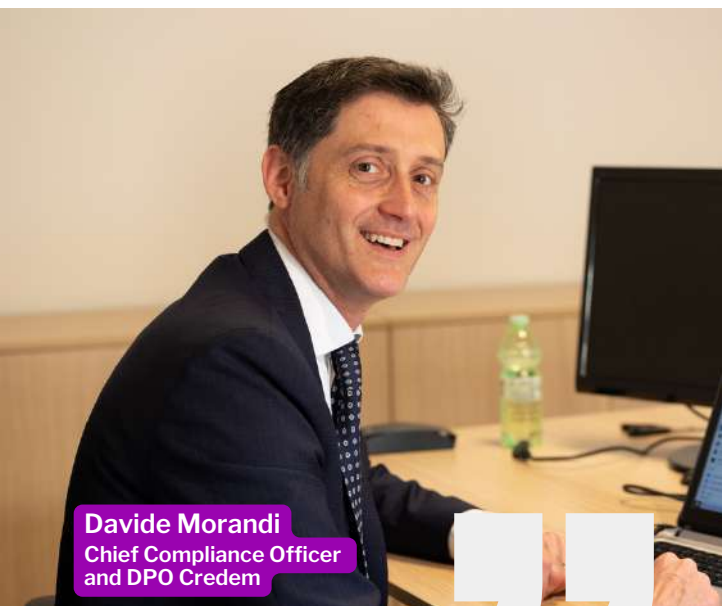


La comunicazione di compliance nel day by day, come influenza i comportamenti interni?

La comunicazione day by day è un elemento assolutamente strategico e chiave per la compliance.

Verso i clienti interni la comunicazione deve essere il più possibile semplice, riuscendo a trasmettere quello che è il senso delle norme, con una reportistica dalle rappresentazioni altrettanto semplici e chiare.

Per essere efficace nel linguaggio ed efficace nel raggiungere i propri obiettivi, la compliance deve cambiare pelle: focalizzarsi sulle soluzioni, concentrarsi meno sulle norme e più sui valori in modo da orientare i comportamenti interni sui principi di integrità, trasparenza, etica, morale.



Davide Morandi
Chief Compliance Officer
and DPO Credem

Verso i clienti interni la comunicazione deve essere il più possibile semplice, riuscendo a trasmettere quello che è il senso delle norme, con una reportistica dalle rappresentazioni altrettanto immediate e chiare.



Paolo Marpillero
Group Compliance Manager
Ferrari

Per essere efficace nel linguaggio per raggiungere i propri obiettivi, la compliance deve cambiare pelle: spostare il focus dalle norme ai valori in modo da orientare i comportamenti interni sui principi di integrità, trasparenza, etica, morale.

In questo modo è più agevole superare quel tecnicismo normativo (spesso fine a sé stesso) per entrare nei processi e nei comportamenti delle persone e orientarli verso quei valori che devono permeare ogni tipo di attività aziendale.

Comunicazione semplice e tailor made sono i presupposti fondamentali per un nuovo approccio anche nell'attività formativa, ispirata dall'innovazione per essere viva, piacevole e più vicina al business.

Se si vuole veramente influenzare i comportamenti delle persone, bisogna trovare meccanismi che vadano oltre il mero dettaglio delle singole norme, bisogna essere molto più vicini al marketing e assolutamente creativi.

Queste sono competenze che non sono storiche nella compliance nata più dal mondo legale e di audit ispettivo.

Quindi contaminarsi anche con figure che arrivino da altre funzioni non di controllo e/o da altre industry è molto utile anche per raggiungere l'obiettivo.

Qual è l'efficacia persuasiva di un incidente di non compliance pregresso rispetto all'efficacia persuasiva della sola cultura e della sola formazione?

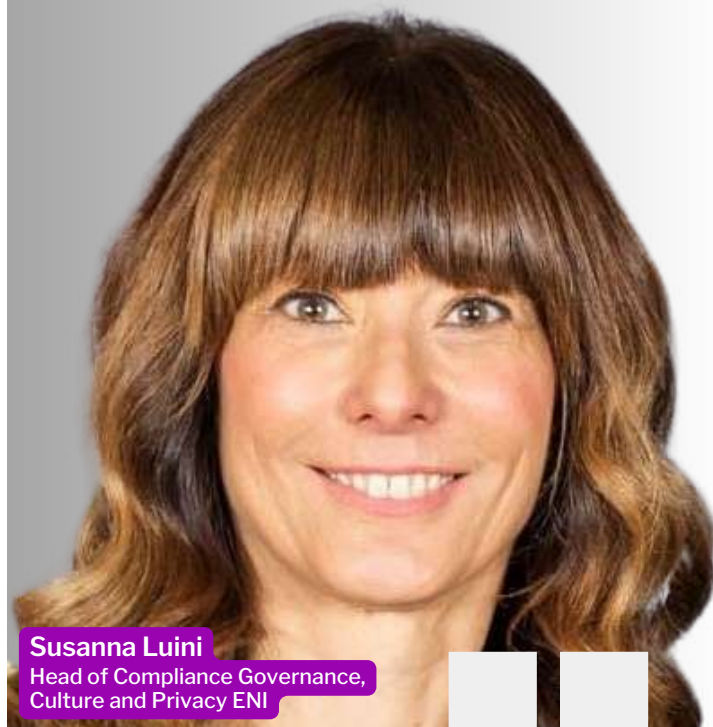
L'incidente per quanto sia nefasto aiuta. Ma la sfida della compliance è principalmente legata all'analisi del "worst case scenario" che deve essere gestita con un approccio equilibrato sia a livello di comunicazione che di formazione, in modo tale da evitare il rischio di trovarsi impreparati di fronte ad un eventuale incidente, ma senza ingessare il business.

Altresì rilevante è il tema dell'autorevolezza della funzione di conformità. Essere autorevoli vuole anche dire saper scegliere e comunicare quali sono i veri problemi che potranno incidere sulla organizzazione e farlo senza paura.

Come la compliance può essere efficace nella comunicazione con il Consiglio di Amministrazione?

Il primo fattore abilitante è il metodo, ossia avere un minimo comune multiplo di lavoro fra le persone che operano all'interno delle organizzazioni. Da uno standard si riesce più agevolmente a fare sintesi e a focalizzarsi sui problemi veri. Empatia (mettersi nei panni degli amministratori) e uso della creatività sono altri elementi strategici da sviluppare nella comunicazione di compliance.

Last but not least la compliance, come tutti gli altri attori del sistema di controllo interno, deve dare al board una rappresentazione integrata dei rischi e delle attività, coerente



Susanna Luini
Head of Compliance Governance,
Culture and Privacy ENI

Comunicazione semplice e tailor made sono i presupposti fondamentali per un nuovo approccio anche nelle attività formative, ispirate dall'innovazione per essere vive, piacevoli e più vicine al business.

con quello che è il livello di assurance che tutte le funzioni di secondo e terzo livello devono offrire in una logica appunto di integrazione dei risultati.

Come comunicare il costo della compliance verso il costo della non compliance?

Ricondurre il valore aggiunto della compliance ad un puro numero è molto difficile, perché spesso la compliance offre feedback più di merito, valoriali e/o reputazionali. La compliance tende oggi ad includere anche l'aspetto etico del business, sempre più importante per gli investitori, oltre il mero risultato economico.

Quando si fanno delle valutazioni di business, a prescindere dal fatto che queste siano ponderate o ponderabili dal punto di vista numerico, il rischio di compliance deve essere comunque uno dei fattori da portare sul tavolo delle decisioni.

Il corso completo sul whistleblowing

6 moduli della durata di 60 minuti in modalità virtuale dal 19 aprile al 21 giugno

1
2
3
4
5
6

Mercoledì, 19 aprile 2023
La nuova disciplina italiana sul whistleblowing

Disponibile on demand!

Mercoledì, 26 aprile 2023
Implementazione di un sistema di segnalazione

Disponibile on demand!

Mercoledì, 10 maggio, ore 11:00
Whistleblowing & gestione dei dati personali

ISCRIVITI ORA! 

Mercoledì, 24 maggio, ore 11:00
Gestione delle segnalazioni e indagini interne

ISCRIVITI ORA! 

Mercoledì, 7 giugno, ore 11:00
Comunicazione interna ed esterna del sistema di whistleblowing

ISCRIVITI ORA! 

Mercoledì, 21 giugno, ore 11:00
Whistleblowing in ottica di sostenibilità aziendale

ISCRIVITI ORA! 

Il corso è aperto a tutti e può essere fruito in diretta oppure in differita. L'adesione al corso prevede il rilascio di un attestato di partecipazione.

La nuova disciplina italiana sul whistleblowing

Il primo modulo

ha riguardato le principali novità normative della nuova disciplina sul whistleblowing introdotta dal D. Lgs. 24/2023.

Maria Hilda Schettino e **Massimo Riva** dello studio Rödl & Partner hanno esaminato in particolare:

- lo scopo e l'ambito di applicazione oggettivo del nuovo Decreto, al fine circoscrivere il perimetro delle violazioni segnalabili e non segnalabili;
- l'ambito di applicazione soggettivo, analizzando sia la più estesa platea dei destinatari degli obblighi organizzativi e di protezione (e dedicando particolare attenzione ai soggetti del settore privato), sia il più ampio novero dei segnalanti e gli altri soggetti che, in qualità di facilitatori, colleghi, parenti del segnalante, possono beneficiare delle medesime tutele;
- le caratteristiche che devono avere i canali di segnalazione interni ed esterni, le circostanze per accedere ai canali esterni e pubblici, e le condizioni per poter condividere i canali di segnalazione nei gruppi di imprese;
- le garanzie e le misure di protezione previste per segnalanti (e per i segnalati), tra cui la tutela della riservatezza, il divieto di ritorsione e le misure di sostegno offerte dagli enti del Terzo settore;
- le sanzioni pecuniarie applicabili in caso di mancato adeguamento al Decreto.



Il primo corso completo sul whistleblowing gratuito!

6 moduli
della durata di 60 minuti
in modalità virtuale
dal 19 aprile al 21 giugno



Maria Hilda Schettino



Massimo Riva

**Video Disponibile on demand!
Clicca e registrati**

Implementazione di un sistema di segnalazione

Il secondo modulo

si è incentrato sull'analisi delle misure tecniche e organizzative da osservare per garantire una corretta implementazione del canale di segnalazione whistleblowing interno, insieme ad una breve panoramica di quelle che sono le misure tecnico-organizzative che le singole aziende dovrebbero verificare rispetto ai fornitori delle piattaforme di segnalazione.

Andrea Marchi e Tommaso Mauri di Rödl & Partner hanno illustrato, in particolare:

- il concetto di crittografia, la differenza tra crittografia simmetrica/asimmetrica e il processo di implementazione delle tecniche crittografiche necessarie per garantire la riservatezza dei soggetti e del contenuto della segnalazione, nel contesto relativo all'implementazione della piattaforma di segnalazione;
- i requisiti di anonimizzazione e corretta conservazione delle informazioni, personali e non, oggetto di segnalazione;
- l'attività di corretta cancellazione delle informazioni oggetto di segnalazione alla luce dei dettami prescritti dal D. Lgs 24/2023, con particolare focus sull'applicazione delle misure di anonimizzazione irreversibile;
- le criticità legate all'adozione di canali di segnalazione e-mail, cartacei e verbali (nella doppia accezione relativa alle segnalazioni de visu e alle segnalazioni effettuate tramite linea telefonica dedicata) per quel che concerne la tutela della confidenzialità dell'identità delle persone coinvolte nella segnalazione e del contenuto della stessa, e alcune possibili misure di mitigazione da implementare;

- la disciplina offerta dall'articolo 28 del Regolamento (UE) 2016/679 ("GDPR") in merito alla gestione del rapporto tra titolare e responsabile del trattamento dei dati personali oggetto della segnalazione whistleblowing, con riferimento ai soggetti fornitori della piattaforma di segnalazione interna;
- le misure tecniche e organizzative che l'organizzazione dovrebbe aver cura di verificare nella piattaforma di segnalazione interna offerta dal fornitore, nell'ottica di garantire la tutela della confidenzialità della persona segnalante, della persona segnalata, della terza persona eventualmente menzionata nella segnalazione, del contenuto e della documentazione oggetto di segnalazione.



Andrea Marchi



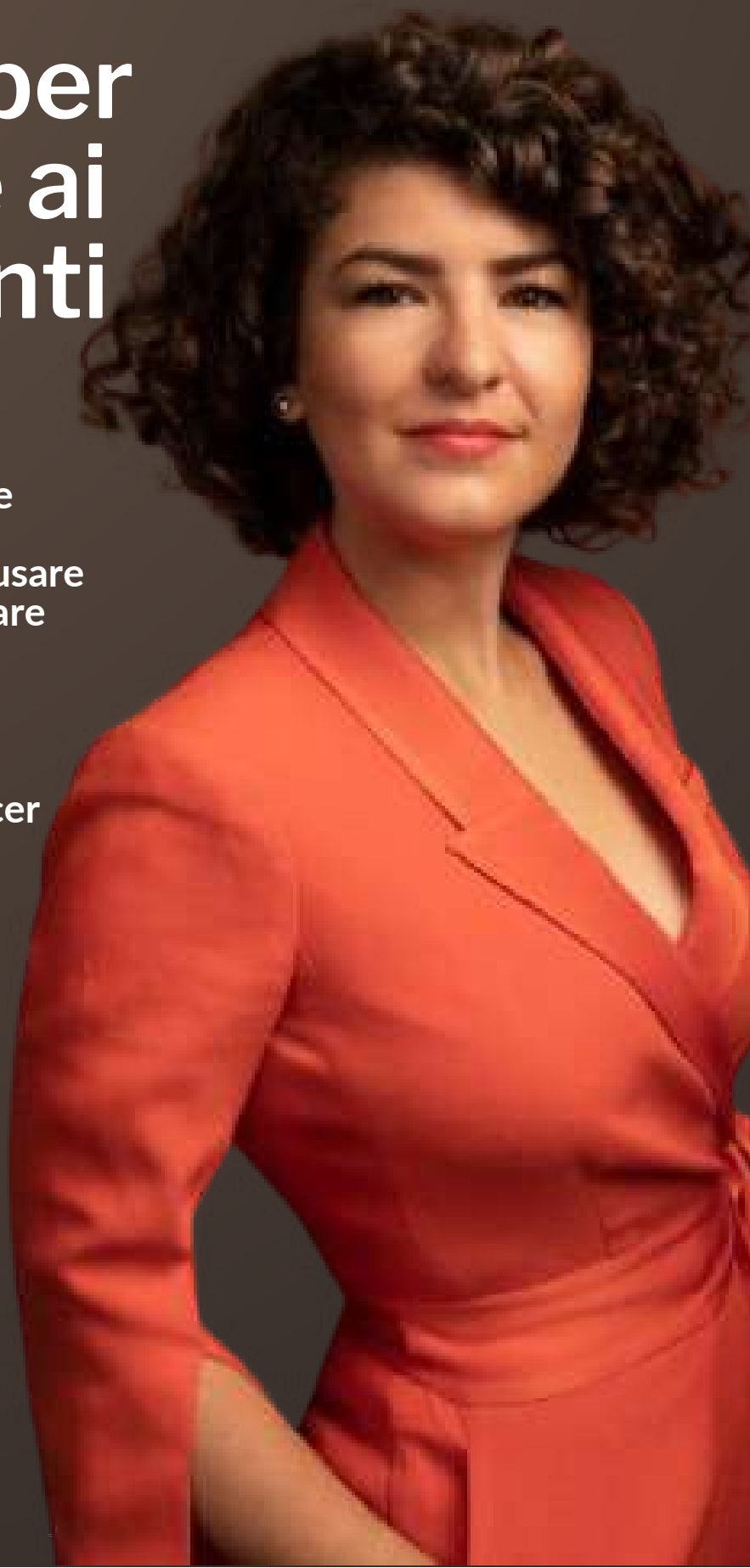
Tommaso Mauri

**Video Disponibile on demand!
Clicca e registrati**

Cultura dell'etica e nuovi skil per rispondere ai cambiamenti

Familiarizzare con l'uso del behavioral science per potere anticipare comportamenti e adattare i bisogni educativi; usare la tecnologia per automatizzare controlli.

compliancedesign.it ha intervistato **Nadège Rochel**, Healthcare Compliance Officer di Janssen Italia



Cos'è per lei la compliance e a che punto siamo oggi?

La Compliance mi ha attratta per il suo valore, la cultura, i suoi principi. Ho sempre provato a spiegare il perché, che cosa c'è dietro ogni regola, così da sensibilizzare i dipendenti e i nostri partner.

La compliance è cambiata tantissimo durante gli anni, così come il ruolo del compliance officer.

Negli ultimi anni stiamo vivendo una trasformazione verso una funzione impostata sul concetto di cultura dell'etica, e in quest'ambito i dipendenti fanno la cosa giusta, perché è la cosa giusta da fare. Secondo l'Ethisphere Ethics Index, le aziende considerate più etiche al mondo hanno storicamente performance finanziarie migliori dei loro pari o concorrenti. In quest'ottica, il Compliance Officer riveste oggi un ruolo strategico, aiutando l'azienda ad avere una crescita eticamente sostenibile. Anche per questo, sempre più spesso, il tema ESG è associato al loro ruolo.

Dal 2010 ha avuto responsabilità su più Paesi. Quali differenze ha incontrato?

L'elemento essenziale per lavorare bene è capirne la cultura. La compliance, può essere vista come il dipartimento del "no, non si può fare" e può essere difficile per il Compliance Officer farsi accettare. Conoscere la cultura dei diversi Paesi significa rispettarne le abitudini: può sembrare molto semplice, ma è una forma di rispetto del tempo delle persone e aiuta fin dall'inizio a creare una relazione. Ho lavorato sia con la Cina che con il Giappone, in entrambi i casi, il mio impegno ad avvicinare la loro cultura, il loro modo di lavorare è stato compreso e valorizzato: sono stata accettata rapidamente dal team locale e abbiamo fin da subito collaborato bene insieme.

Nadège Rochel

Nadège Rochel incontra la Compliance in General Electric HealthCare a Buc, Francia, con il compito di supportare il Compliance Officer della Zona EMEA (Europe Middle East and Africa) nello sviluppo del training e aggiornamento del Code of Conduct. Con GEHC ha lavorato anche in Finlandia, con un ruolo dedicato alle Terze Parti.

Dopo due anni il ritorno a Parigi per lavorare in Hollister Incorporated e sviluppare la cultura dell'etica come base fondamentale del programma Compliance. A quasi due anni fa risale il passaggio in Janssen Italia, l'azienda farmaceutica del Gruppo Johnson & Johnson, dove guida un team di 4 persone. È membro del Leadership Team Compliance a livello EMEA.



C'è bisogno di sviluppare nuovi skill e capacità per potere rispondere ai cambiamenti: familiarizzare con l'uso del behavioral science per potere anticipare comportamenti e adattare i bisogni educativi

In Italia da circa due anni. Quali sono gli obiettivi del vostro programma? E quali le iniziative messe in campo?

Sono membro del Leadership Team della Compliance a livello EMEA e ho una team di 4 persone che mi aiutano a sviluppare e a mantenere un programma Compliance allineato con i nostri standard aziendali. Da branch di casa madre americana, l'obiettivo è anche quello di rispondere ai requisiti del FCPA Foreign Corrupt Practice Act americano, con i 10 "hallmarks" riconosciuti dal Department of Justice (DOJ) che abbiamo semplificato sotto 3 pilastri: Prevenzione, Rilevamento, Correzione. La parte Prevenzione è la parte la più importante della nostra attività, quella sulla quale lavoriamo di più: la parte educativa di prevenzione del rischio e della Cultura della Compliance.

Abbiamo ascoltato i bisogni dei dipendenti per validare i punti di priorità che erano stati identificati. Da queste premesse sono nate due importanti iniziative: il "Kit di Sopravvivenza", per sopravvivere con la compliance al lavoro, una piccola dispensa da tenere sempre a portata di mano; e la "Compliance per Te", un rendez-vous settimanale su un tema preciso. Un'iniziativa di 6 mesi con la partecipazione totale di oltre 2 mila persone.

Abbiamo organizzato due Compliance Week: per comunicare e sensibilizzare la popolazione aziendale ai nostri standard e ai temi identificati nella mappatura di rischio. Con la direzione affari legali, invece, abbiamo agito sulla semplificazione delle procedure e su un design unico per facilitare la comprensione. Ho provato così progressivamente a cambiare la percezione della funzione posizionandoci come un dipartimento in ascolto, facile da contattare.

L'evoluzione rapida della tecnologia si confronta con un sistema normativo che spesso non ha il tempo di aggiornarsi, con la conseguenza di creare zone di incertezza: l'uso di principi chiave sarà quindi ancora più importante. L'abbiamo già visto con lo sviluppo dell'intelligenza artificiale, senza un framework legislativo.

Uno sguardo sul futuro. Quali le competenze su cui puntare?

Dal mio punto di vista, vedo due sfide importanti nel prossimo futuro. L'evoluzione rapida della tecnologia si confronta con un sistema normativo che spesso non ha il tempo di aggiornarsi, con la conseguenza di creare zone di incertezza: l'uso di principi chiave sarà quindi ancora più importante. L'abbiamo già visto con lo sviluppo dell'intelligenza artificiale, senza un framework legislativo.

Inoltre, c'è bisogno di sviluppare nuove skills e capacità per potere rispondere ai cambiamenti: familiarizzare con l'uso del behavioral science per potere anticipare comportamenti e adattare i bisogni educativi; usare la tecnologia per automatizzare controlli e essere allo stesso livello di tecnologia delle autorità: quelle francesi usano già l'AI per gli audit.

**ESG
COMPLIANCE
E SUCCESSO
SOSTENIBILE**

I rischi ESG e le aspettative delle Autorità di Vigilanza per banche, intermediari finanziari e assicurativi

Interverranno

Monica Foglizzo

Carnà & Partners

Paolo Palmisano

Risk Manager Banor SIM

Massimo Siletti

Fund Manager Alicanto Capital Sgr

Alessandro Viglione

Criminal Lawyer

Modera

Mario Chiodi

Carnà & Partners

ONLINE

23 MAGGIO 2023

ORE 15:00

REGISTRATI

Non ci può essere business senza compliance

A colloquio con **Giovanna Rosato**, responsabile della funzione Compliance di Danone per Italia e Grecia

“Non ci può essere business senza compliance, in quanto la sicurezza e il rispetto delle norme sono alla base di ogni relazione, sia di quelle interne tra colleghi, sia di quelle esterne con tutti gli stakeholders; ma al tempo stesso non ci può essere compliance senza conoscenza del business, dei prodotti, dei mercati in cui si opera. E questa conoscenza la si acquisisce solo lavorando al fianco e in sinergia con le altre funzioni sin dal momento T-1, da quando cioè le funzioni di business iniziano a concepire i progetti”.

Parte con questo incipit il racconto a compliance.design.it di **Giovanna Rosato** che dal gennaio 2019 guida la funzione Compliance di Danone per l'Italia e la Grecia.



Una compliance integrata riveste un ruolo cruciale sia nell'assicurare l'operatività aziendale che una tutela sempre più completa contro i rischi tipici delle attività commerciali svolte; la più grande sfida ci spiega Rosato "è rendere il sistema di compliance sempre efficiente, riuscire sin da subito ad intercettare le esigenze del business e far comprendere che la compliance non è qualcosa di etero-indotto ma un elemento naturale nella gestione aziendale che rappresenta un'opportunità per creare valore". Conseguentemente anche la compliance deve concorrere alla definizione dei vari progetti al pari dei profili finanziari, di marketing, di comunicazione, di R&I o scientifici.

Questo aspetto non è, nel concreto, sempre di semplice attuazione perché spesso il business corre ad una velocità molto elevata e per vincere deve essere sempre innovativo, inventare soluzioni e progetti nuovi che lo portano a confrontarsi con situazioni ogni volta inesplorate.

“La compliance non deve essere percepita solo come processi e procedure - ossia pura forma - ma deve farsi sostanza e valore” sottolinea Rosato.

La cultura è l'elemento che differenzia e rende unica una organizzazione, generando in ogni dipendente il valore per cui sente l'importanza del proprio ruolo all'interno dell'azienda e nel contesto in cui questa opera.

In Danone la compliance riveste un ruolo strategico creando un linguaggio unificato trasversale alle aree di business e ai processi, armonizzando le regole e i requisiti normativi nell'ambito degli aspetti operativi per mappare e ridurre i rischi e

rendere più fluidi, ma sempre sicuri, i vari progetti.

In un framework vasto e articolato - che spazia dall'anticorruzione, all'antitrust e alla privacy, dalla responsabilità sociale alla governance e, in generale, ai temi ESG - la compliance rappresenta il comune denominatore che consente di armonizzare i flussi e avere una visione a tutto tondo sul business.

La cultura dei valori - tra cui non possono mancare quelli etici che la compliance alimenta e preserva e che si riverberano anche all'esterno - costituisce in Danone un elemento distintivo che accomuna

La più grande sfida è rendere il sistema di compliance sempre efficiente, riuscire sin da subito ad intercettare le esigenze del business e far comprendere che la compliance non è qualcosa di etero-indotto ma un elemento naturale nella gestione aziendale che rappresenta un'opportunità per creare valore.

Anche la compliance deve concorrere alla definizione dei vari progetti al pari dei profili finanziari, di marketing, di comunicazione, di R&I o scientifici.

tutti i dipendenti e collaboratori, non solo in Italia, a prescindere dalla funzione in cui operano, dai brands o dalle categorie di prodotti seguiti.

“Da qui l’idea dell’X-Factor della compliance. O, come ci piace chiamarlo internamente, il D(anone)-Factor che, calato, nell’ambito della compliance ci ha consentito di renderla un qualcosa di ontologicamente correlato ai progetti che si sviluppano. Solo se la compliance permea, attraverso la cultura, tutte le funzioni aziendali - facendole diventare attrici del cambiamento etico e del rispetto di quel sistema di regole in cui ogni funzione si riconosce – allora la compliance diventa un asso importante da giocare ad ogni partita” conferma Rosato. Con questa ambizione e per contribuire alla creazione di un vero sistema di supporto al management che consenta l’assunzione di decisioni di business consapevoli, ponderate e vincenti in termini di fatturato e credibilità verso il mercato è fondamentale un lavoro di costante sinergia tra il team compliance e i vari team di top line.

Nella definizione della governance e delle procedure e processi aziendali Danone ha cercato e creato un dialogo costante tra la funzione compliance e i vari operatori per riuscire a costruire un modello di compliance integrato efficace e concretamente attuato



La compliance in Danone

copre varie aree: anticorruzione, antitrust, privacy e anche parte della sostenibilità e, in generale, le tematiche ESG (che includono anche sicurezza sul lavoro, qualità, ambiente) per cui è importante avere, all’interno del team, competenze che consentano di spaziare tra le varie aree del diritto.

Per rendere effettivo il sistema di prevenzione e protezione, compliance e funzioni di business operano sin dal design dei vari progetti in maniera integrata, come un team unico. Nella realizzazione dei vari progetti ogni Business Owner è il portavoce degli obiettivi che l’azienda deve conseguire per la propria crescita, ma in questo percorso il team compliance è il compagno di viaggio che supporta la strategia commerciale con soluzioni agili e in linea con la normativa e le prassi di settore.

Il ruolo della compliance è fondamentale sia nella fase di formazione dei team, perché contribuisce al rafforzamento della cultura, sia nella fase di guida verso l’attuazione dei vari progetti per presentare in maniera chiara, semplice e corretta le criticità e le possibili soluzioni o alternative.

Nella definizione della governance e delle procedure e processi aziendali Danone ha cercato e creato un dialogo costante tra la funzione compliance e i vari operatori per riuscire a costruire un modello di compliance integrato efficace e concretamente attuato che abbia sotto controllo tutte le attività sensibili e le aree in cui operano le aziende del gruppo.

In Danone il ruolo chiave di una compliance integrata si nota non solo nella definizione delle strategie più elevate e nel design delle procedure e dei processi aziendali, ma anche nel day by day, nella programmazione e realizzazione dei progetti. In tutti questi contesti compliance e business sono assolutamente interconnessi.

La continua sinergia con le altre funzioni è la chiave di volta del sistema: la funzione compliance ha disegnato, insieme alle funzioni di top line, le procedure da seguire inserendo, ove necessario, tutte le tutele di volta in volta più opportune: analisi attraverso comitati ad hoc, approvazioni nel rispetto del principio della segregation of duties, raccolta documentale, tracciamento dei flussi e trasparenza.

In questo meccanismo le altre funzioni sono state, e si sono sentite, parte integrante del processo di definizione e attuazione della compliance perché hanno compreso sin dall'inizio del progetto che il sistema di governance, le procedure e i processi aziendali implementati dalla società non sono un insieme di paletti per bloccare l'operatività, ma rappresentano un percorso disegnato per raggiungere la meta in sicurezza.

Allo stesso modo, nel day by day, nella programmazione e realizzazione dei progetti il modello vincente è stato quello di fornire non solo al top management, ma

anche a tutti i colleghi che operano sul territorio una prospettiva integrata e inclusiva della compliance che portasse a soluzioni operative agili e allineate con gli obiettivi di crescita, ma sempre assolutamente sicure.

“Quando parliamo di X-Factor della compliance intendiamo lo stile aziendale che, partendo dall'identità, dalla storia e dalle mission di una società consente di andare oltre la struttura societaria per esprimere come si vuole operare al proprio interno, nel rapporto con i dipendenti e per la realizzazione degli obiettivi finanziari e di sostenibilità, e come ci si vuole relazionare con i propri stakeholders per creare quel “patto di fiducia” che genera valore per la società, i suoi brands, il mercato, la comunità e l'ambiente. Per realizzare questa visione è stato ed è cruciale l'endorsement del top management e del team HR, perché lo sviluppo di questo X-Factor si può realizzare solo con le persone e attraverso le persone” conclude Rosato.

Quando parliamo di X-Factor della compliance intendiamo lo stile aziendale che, partendo dall'identità, dalla storia e dalle mission di una società consente di andare oltre la struttura societaria per esprimere come si vuole operare al proprio interno, nel rapporto con i dipendenti e per la realizzazione degli obiettivi finanziari e di sostenibilità

IL RAVVEDIMENTO SPECIALE SUI REDDITI DI FONTE ESTERA E LA REGOLARIZZAZIONE DELLE CRIPTO ATTIVITÀ



in collaborazione con lo studio **Nava-Viganò & Associati**
con il patrocinio dell'**Associazione Nazionale dei Consulenti Patrimoniali**

PROGRAMMA E RELATORI

Ore 16.00
Saluto e introduzione ai lavori a cura di

Fabrizio Vedana
Amministratore Across Family Advisors,
moderatore del seminario

Ore 16.10
Il decreto legge 30 marzo 2023, n. 34 e il cosiddetto ravvedimento operoso speciale

Silvia Galli
Studio Nava Viganò & Associati

Ore 16.30
Le violazioni relative ai redditi di fonte estera, all'IVAFE, all'IVIE e al quadro RW. Iter e sanzioni applicabili

Nicola Fasano
Partner TLegal, Studio legale e tributario

Ore 17.00
La sanatoria sulle crypto-attività, la rivalutazione delle partecipazioni e delle quote di OICR

Luca Valdameri
Partner Studio Pirola Pennuto Zei & Associati

Ore 17.30
Il possibile intervento della società fiduciaria

Rossano Ruggeri
Amministratore Delegato Across Fiduciaria

Ore 17.50
Gli aspetti penali

Maria Francesca Fontanella
Penalista, partner LFC Studio Legale

Ore 18.15 Chiusura lavori e aperitivo di networking



GIOVEDÌ, 11 MAGGIO 2023
ORE 16:00 - 18:15

**IL SEMINARIO SI SVOLGERÀ PRESSO LO STUDIO
NAVA&VIGANÒ, VIA PALEOCAPA 6 MILANO**

PER INFORMAZIONI: INFO@ACROSSGROUP.IT

evento tenuto
in modalità ibrida

**CLICCA E SCEGLI
COME PARTECIARE**

CRISIS MANAGEMENT E INVESTIGAZIONI INTERNE: RUOLI, PROCESSI E TECNOLOGIA

MERCOLEDÌ
14 GIUGNO
ORE 18:30



OPEN MILANO
VIALE MONTENERO, 6

REGISTRATI

Save
the
Date

compliance
design

