



Procedura Operativa del processo di gestione delle campagne e dei materiali pubblicitari

SOMMARIO

1	PREMESSA	3
1.1	OBIETTIVO	3
1.2	AMBITO DI APPLICAZIONE.....	4
1.3	STRUTTURA DEL DOCUMENTO	4
2	ATTORI.....	5
2.1	ATTORI INTERNI	5
3	RAPPRESENTAZIONE DEL PROCESSO DI GESTIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE.....	6
4	DESCRIZIONE DEL PROCESSO DI GESTIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE	7
4.1	ATTIVAZIONE DELLA CAMPAGNA.....	7
4.2	IDEAZIONE DELLA CAMPAGNA E DEFINIZIONE DEL CANALE PUBBLICITARIO.....	7
4.2.1	SOCIAL MEDIA	8
4.2.2	E-MAIL, APP, WHATSAPP.....	8
4.3	PRODUZIONE DELLA CAMPAGNA PUBBLICITARIA.....	8
4.4	VALUTAZIONE FINALE E VALIDAZIONE.....	8
4.5	LANCIO DELLA CAMPAGNA.....	9
4.6	ANALISI DEI RISULTATI DELLA CAMPAGNA	9
5	RIFERIMENTI NORMATIVI INTERNI ED ESTERNI.....	9

1 PREMESSA

Flowe S.p.A. Società Benefit promuove il brand e i servizi/prodotti propri attraverso un processo di gestione delle campagne pubblicitarie il cui owner è la Perspective Business Acceleration.

Il processo oggetto del presente documento è classificato nell'ambito dei processi di Marketing, Commerciali e Customer Service.

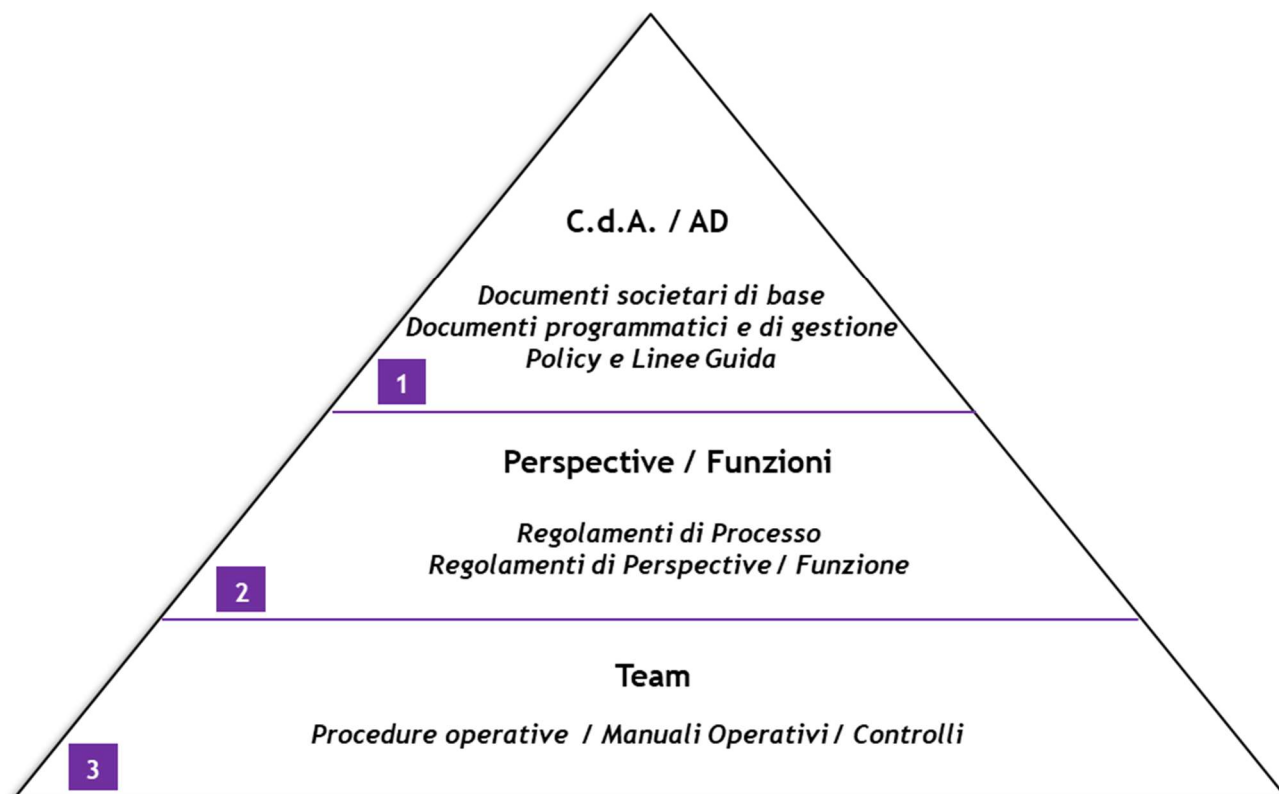
1.1 OBIETTIVO

Tale documento ha l'obiettivo di descrivere il processo di **ideazione, approvazione, produzione, lancio e gestione** delle campagne pubblicitarie richiamando ruoli e responsabilità degli attori coinvolti nel processo, in relazione all'assetto organizzativo.

I principi cui si ispira il processo descritto nella presente procedura sono:

- chiarezza degli interlocutori cui è attribuita la responsabilità dell'ideazione della campagna, validazione dei contenuti, pianificazione e gestione della campagna, controllo dei risultati;
- tracciabilità dell'iter di coinvolgimento interno di validazione dei contenuti;
- mitigazione dei rischi reputazionali (in ottemperanza alla Policy sulla gestione del rischio di reputazione che il Consiglio di Amministrazione di Banca Mediolanum ha approvato il 6 novembre 2012) e di non conformità alla normativa in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali sleali.

La Normativa interna, disciplinata dalla presente policy, viene convenzionalmente classificata secondo la sua rilevanza in base al modello di seguito rappresentato da una struttura piramidale, che richiama la cosiddetta "gerarchia delle fonti normative":



Nei tre gradini della piramide sono indicati i principali livelli organizzativi responsabili dell'approvazione della normativa di riferimento: a partire dal Consiglio di Amministrazione, proseguendo nell'articolazione della struttura organizzativa aziendale, con riferimento alle Perspective.

La gerarchia così come sopra descritta è perfettamente coerente con quella prevista nella Policy di Gruppo ricevuta dalla Capogruppo e visionata dal Consiglio di Amministrazione di Flowe.

1.2 AMBITO DI APPLICAZIONE

Il presente regolamento si applica a tutte le funzioni aziendali di Flowe S.p.A. Società Benefit, in particolare della Perspective Business Acceleration, che sono interessate dal processo in oggetto e prende in considerazione le campagne pubblicitarie, intese come una serie coordinata di messaggi pubblicitari che, veicolati attraverso uno o più media, mirano a raggiungere un obiettivo di marketing prefissato.

1.3 STRUTTURA DEL DOCUMENTO

La struttura del presente regolamento si articola in 4 capitoli escluso il presente e oltre gli allegati.

Capitolo 2 - Gli attori: sono richiamati gli attori a vario titolo coinvolti, ciascuno in coerenza alla propria mission, descrivendone ruoli e responsabilità.

Capitolo 3 - Rappresentazione del Processo di gestione delle campagne pubblicitarie: è riportata la rappresentazione del processo con la descrizione sintetica delle sue fasi e i processi a supporto.

Capitolo 4 - Descrizione del processo di gestione delle campagne pubblicitarie: vengono descritte in maniera più ampia le singole fasi e i processi di supporto.

Capitolo 5 - Riferimenti normativi interni ed esterni: sono elencati i principali riferimenti normativi.

2 ATTORI

2.1 ATTORI INTERNI

Di seguito sono riportati i principali attori interni alla Perspective Business Acceleration coinvolti nell'ambito della presente procedura e descritti i rispettivi ruoli:

Attore	Ruolo
Perspective Business Acceleration	<ul style="list-style-type: none"> La Perspective presidia le attività di comunicazione istituzionale, di prodotto e le attività di fidelizzazione/retention della Clientela.
Team Culture Studios	<ul style="list-style-type: none"> Promuove e sviluppa le iniziative volte alla presentazione ed alla conoscenza sia dell'immagine pubblica di Flowe sui propri canali social media e sul sito internet. Verifica preliminarmente, raccordandosi con le funzioni preposte, la coerenza dei messaggi promozionali con le disposizioni previste dalla normativa vigente. È responsabile di tutti i flussi comunicativi, sia attivi sia passivi, che riguardano Flowe nella relazione con i mezzi di comunicazione di massa; si occupa di tutti i comunicati stampa e della relazione con i giornalisti relativamente alle campagne pubblicitarie in corso. L'attività si svolge in coordinamento con il Settore Relazioni con i Media dell'outsourcer Banca Mediolanum.
Team Digital Marketing	<ul style="list-style-type: none"> Attraverso un costante dialogo con la clientela, ne analizza le esigenze, anche avvalendosi dell'attività del Team Research and Service Design, individua pratiche commerciali di successo da condividere e promuovere.

	<ul style="list-style-type: none"> • È responsabile della diffusione della comunicazione che avviene attraverso l'app, l'e-mail e il telefono (WhatsApp). • Propone l'informativa di lancio di nuovi prodotti, promozioni commerciali per la clientela. • Individua i target di comunicazione della clientela in collaborazione del Team Data della Perspective Augmented Intelligence. • Supporta Culture Studios nella definizione dei contenuti dei messaggi pubblicitari su prodotti e servizi di Flowe.
Team Customer Interaction & Social Listening	<ul style="list-style-type: none"> • Gestisce i contatti con i clienti che, via e-mail, chat e Facebook, si rivolgono a Flowe per richieste di tipo informativo su prodotti, servizi e procedure sull'utilizzo dell'app.
Funzione Compliance	<ul style="list-style-type: none"> • Valuta la conformità delle campagne pubblicitarie rispetto alle normative di riferimento.
Team Claims & Customer Communication Legal Check	<ul style="list-style-type: none"> • Verifica con l'ausilio del Settore Consulenza e Contrattualistica la complessiva conformità della produzione pubblicitaria, con particolare riguardo agli aspetti riguardanti la correttezza delle pratiche commerciali e gli eventuali rischi di carattere legale e reputazionale, sia nella formulazione dei testi che nelle modalità di espressione dei contenuti.

3 RAPPRESENTAZIONE DEL PROCESSO DI GESTIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE



Il processo si articola in sei macro-fasi di seguito descritte sinteticamente e ampliate nei capitoli successivi:

- **Attivazione della campagna:** la fase prende in considerazione gli attori che attivano la Perspective Business Acceleration e le modalità di attivazione;
- **Ideazione della campagna e definizione del canale pubblicitario:** la fase prende in considerazione le modalità di ideazione della campagna e gli step necessari per realizzarla;
- **Produzione della campagna:** questa fase descrive come viene attivato il processo creativo e realizzativo e come viene declinata la campagna sui vari mezzi;
- **Valutazione finale e validazione:** questa fase descrive come la Perspective Business Acceleration coordina gli attori interni affinché venga valutato e validato il messaggio pubblicitario finale da parte di Compliance e il **Team Claims & Customer Communication Legal Check**.
- **Lancio della campagna:** questa fase descrive come viene lanciata la campagna;
- **Analisi dei risultati:** questa fase descrive l'analisi che viene fatta al termine della campagna. La stessa viene monitorata, analizzata e verificato il grado di raggiungimento degli obiettivi di marketing prefissati.

4 DESCRIZIONE DEL PROCESSO DI GESTIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE

Il processo si articola nelle seguenti fasi:

4.1 ATTIVAZIONE DELLA CAMPAGNA

La Perspective Business Acceleration si attiva in autonomia, in funzione del raggiungimento degli obiettivi di marketing stabiliti dal piano di marketing.

Si distinguono due tipologie di campagne che hanno i seguenti obiettivi:

- Campagne di brand: promozione brand/servizi di Flowe sulla base clienti e sui Social media in modalità "organica" (cioè non sponsorizzata);
- Campagne di prodotto: lancio/promozione di un prodotto/servizio sulla base clienti.

4.2 IDEAZIONE DELLA CAMPAGNA E DEFINIZIONE DEL CANALE PUBBLICITARIO

La Perspective Business Acceleration individua le caratteristiche del prodotto da promuovere, o il servizio, definisce la strategia di comunicazione da adottare e il canale pubblicitario che risponde al soddisfacimento del bisogno e dell'esigenza di comunicazione.

I canali presidiati sono:

- Social media;

- E-mail, App, WhatsApp.

4.2.1 SOCIAL MEDIA

Le campagne che coinvolgono i social media sono di responsabilità del Team Culture Studios che stabilisce il messaggio, la creatività e i canali social su cui veicolarlo, declinando eventualmente il formato nei diversi canali.

4.2.2 E-MAIL, APP, WHATSAPP

Le campagne che coinvolgono la base clienti sono responsabilità del Team Digital Marketing che definisce gli obiettivi, il messaggio di comunicazione, il canale su cui veicolare la campagna e gli eventuali sotto-target.

Il Team Digital Marketing ingaggia poi il Team Culture Studios per la realizzazione degli asset creativi sulla base di un documento di brief.

4.3 PRODUZIONE DELLA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

La produzione dei materiali pubblicitari di entrambe le tipologie viene di norma effettuata dal Team Culture Studios che ha sviluppato anche il “concept” di campagna.

Nella produzione della campagna, il Team opererà in modo da soddisfare, i seguenti adempimenti:

- *l'obbligo di specificare, nei casi previsti dalla Normativa vigente, la natura di messaggio pubblicitario dell'annuncio stesso;*
- *indicazione dei criteri di individuazione delle pratiche pubblicitarie ingannevoli con riferimento alle caratteristiche dei servizi, al prezzo, all'operatore pubblicitario;*
- *i criteri di individuazione delle pratiche pubblicitarie comparative considerate lecite dalla normativa vigente;*
- *l'obbligo di utilizzare dati dimostrabili, per illustrare le caratteristiche del prodotto pubblicizzato utilizzando modalità comparative;*
- *l'obbligo di fornire le informazioni obbligatorie sull'offerta speciale qualora venga utilizzata nel corso di una pubblicità comparativa.*

Per la produzione dei materiali video, il Team Culture Studios coinvolge eventualmente appositi fornitori (case di produzione), individuati di concerto con il Settore Acquisti dell'outsourcer Banca Mediolanum.

Secondo i tempi definiti, viene prodotto il materiale pubblicitario, lo stesso viene poi inoltrato agli attori di competenza per una validazione finale prima del lancio della campagna.

4.4 VALUTAZIONE FINALE E VALIDAZIONE

I materiali, con particolare riferimento alla completezza e alla modalità di esposizione dei contenuti, sono sottoposti, per una valutazione finale, all'attenzione del **Team Claims & Customer**

Il Responsabile del Team di Culture Studios, presa visione dei pareri delle strutture coinvolte nella valutazione dell'iniziativa pubblicitaria, esprime la validazione finale alla messa in produzione della campagna. Sarà responsabilità Team di Culture Studios, in funzione della complessità e rilevanza della campagna, coinvolgere il responsabile della Perspective Business Acceleration o organi superiori, nella validazione della stessa.

Copia della documentazione attestante le valutazioni effettuate dai diversi attori coinvolti è mantenuta a disposizione delle Funzioni di Controllo.

4.5 LANCIO DELLA CAMPAGNA

Secondo la pianificazione prevista, i materiali vengono pubblicati sui canali social o sull'app, oppure inviati ai clienti via e-mail o WhatsApp per la diffusione nei periodi e modi concordati.

4.6 ANALISI DEI RISULTATI DELLA CAMPAGNA

La campagna viene monitorata e analizzata durante la messa in produzione e al termine della stessa.

In particolare, l'efficacia delle iniziative pubblicitarie è misurata in maniera quantitativa attraverso analisi relative al tracciamento dei risultati (richieste di informazioni, richieste di apertura, conversioni finali, visite al sito, cv raccolti etc.).

La Perspective Business Acceleration fornisce su richiesta dell'Amministratore Delegato l'andamento della campagna rispetto agli obiettivi di comunicazione prefissati.

5 RIFERIMENTI NORMATIVI INTERNI ED ESTERNI

- Dlgs. N.206 del 6 settembre 2005 (Codice del consumo);
- Dlgs. n.145 del 2 agosto 2007 (Pubblicità ingannevole);
- Dlgs. n.146 del 2 agosto 2007 (Pratiche commerciali sleali);
- Provv. Banca Italia del 29 luglio 2009 e successive modifiche e integrazioni (Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti).
- D.lgs. N231/2001.
- Policy per la prevenzione e gestione del rischio di non conformità alla normativa "antitrust" e pratiche commerciali scorrette – approvata dal Consiglio di Amministrazione del 25 10 2021.