

REPARTO	DESCRIZIONE ATTIVITÀ	DESCRIZIONE EVENTO/ ATTIVITÀ A RISCHIO	PROBABILITÀ	IMPATTO	ANNOTAZIONI
TUTTI	acquisti, appalti, forniture sopra 40.000,00 euro	favorire determinate imprese	nessuna (anche per appalti sotto soglia sono previste gare pubbliche)	inesistente	si segnala che tutti i bandi vengono pubblicato sul sito internet di SMG ("amministrazione trasparente")
TUTTI	acquisti, appalti, forniture sotto 40.000,00 euro	favorire determinate imprese	media (è previsto un sistema con 3 preventivi e ci sono controlli "di fatto" solo casuali - sotto l'importo di 1500 euro può decidere direttamente il dipendente)	alto (bisogna verificare quanto incidono in percentuale i contratti "diretti")	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
TUTTI	contrattazione con fornitori in generale	regalie	media (c'è circolare che prevede di non accettare regali del valore sopra i 20 euro)	alto (bisogna verificare quanto incidono in percentuale i	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

				contratti "diretti")	
TUTTI	Incarichi ricevuti da EOS e Camera di Commercio	gestione impropria denaro pubblico (proveniente da altri enti)	inesistente (si lavora in base a convenzioni che regolano i servizi)	inesistente	
TUTTI	selezione personale	"favoritismo" per determinati candidati per assunzioni	bassa (c'è una preselezione in base a un profilo ben determinato; la scelta finale viene eseguita da una commissione collegiale)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
TUTTI	scelte strategiche per attività di SMG (p.es. nuovi mercati, supporto determinati settori turistici)	trattamento favorevole per determinati prodotti, categorie o paesi esteri	bassa (la scelta è condivisa da tutti i direttori di reparto e dalla Giunta Provinciale; è tuttavia possibile che il budget venga modificato ex post)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

TUTTI	spese di rappresentanza	utilizzo improprio di spese di rappresentanza	bassa: vi è controllo ex post di fatto delle spese e sono previsti limiti di spesa	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
Management di mercato	attività Marketing e PR all'estero	scelta agenzie	inesistente (gara comunitaria)	insistente	
	Attività in fiera	scelta dei prodotti presentati	bassa (scelta discrezionale)	medio (l'impatto economico è limitato)	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	attività PR per determinati prodotti altoatesini (p.es. vino)	scelta campagna e scelta prodotto	alta (scelta discrezionale - non c'è nessuna procedura che regoli scelta categoria prodotto o prodotto stesso)	alto	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

	Campagne pubblicitarie (TV - Foto)	favoritismo a vantaggio di determinate imprese o gruppi di imprese e soggetti interessati dall'attività	media (di norma si evita, di fatto, di far vedere prodotti di un fornitore in particolare; c'è un doppio controllo da parte del direttore di reparto e del dipendente responsabile; committenti esterni controllano in proprio p.es. EOS verifica per i propri membri)	alto	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
Marketing Strategico	Brandmanagement	contratti di licenza con marchio ombrello (favoritismo)	bassa (i contraenti/fornitori vengono scelti da una commissione a 3 che è costituita da un membro della ripartizione commercio della Provincia, EOS e SMG; le provvigioni ammontano a ca. 14.000 euro annui e sono destinati alla Provincia; il rischio d'impresa rimane a	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

			carico del contraente)		
	Fotografia e Film	incarichi a fotografi e produttori di film	media (per la contrattazione diretta / incarichi sotto i 40.000 euro)	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	Ricerche di mercato	incarichi alle agenzie	inesistente (incarichi superano sempre la soglia di 40.000,00 euro - gare)	inesistente	

Sviluppo di prodotto	Marketing per mercatini di Natale	trattamento favorevole di determinati venditori	inesistente (budget fisso) e contatti solo con le associazioni/enti e non con singoli espositori/venditori	inesistente	
	Gioco a premi	i premi vengono messi a disposizione dalle due associazioni (Familyhotels e Vitalpina) con le quali collabora SMG - disparità di trattamento	medio (SMG sceglie le collaborazioni in base alle scelte strategiche elaborate che vengono approvate dalla Giunta Provinciale; vi è in effetti una disparità di trattamento tra le due categorie di alberghi sostenute, poiché non tutte le categorie di strutture hanno la possibilità di contrattare con SMG)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	Contratti di consulenza con Family Hotels e Vitalpina Hotels	trattamento favorevole di determinate strutture alberghiere	medio (SMG sceglie le collaborazioni in base alle scelte strategiche elaborate che vengono approvate dalla Giunta Provinciale)	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

	Sviluppo nuovi progetti turistici	trattamento favorevole di determinate strutture alberghiere	bassa	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	Comunicazione con consorzi turistici	trattamento favorevole di determinati consorzi	inesistente (SMG collabora a livello della comunicazione a pari livello con tutti i consorzi)	insistente	
	Consulenza associazioni	trattamento favorevole di determinate associazioni	basso, sono previste di fatto condizioni identiche per tutti pur senza un preciso obbligo in tal senso	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	Collaborazione con consorzi	trattamento favorevole di determinati consorzi	medio (SMG sceglie tra le varie proposte inviate - scelta discrezionale - in base alle scelte strategiche di SMG - decide tutto il reparto)	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
Digital Development	progetti digitali (siti web)	forniture per software, WLAN etc.	alto (assegnazione diretta - unico fornitore)	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

	social media	favoritismo (immagini di determinati prodotti e/o alberghi etc.; immagini prodotte da certi fornitori - pubblicità indiretta)	medio (pubblicazioni di maggior rilievo vengono decise in sede di riunione di reparto; il rischio è più elevato in merito alle scelte dirette del responsabile social media)	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	organizzazione eventi online	trattamento favorevole di determinate associazioni, strutture etc.	inesistente (tutti i consorzi turistici/tutte le associazioni etc. hanno la possibilità di collaborare con SMG)	inesistente	
	collaborazioni con agenzie	trattamento favorevole di determinate agenzie	basso (circolare interna che prevede che regalia vengano accettate solo per un valore di massimo 20 euro)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	gioco a premi su social media	premi messi a disposizione da Family Hotel e Vitalpina	basso (rischio di pubblicità indiretta)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	gioco a premi su social media	vincitori premi	basso (sistema facebook "mi piace" è difficilmente manipolabile)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

Comunicazione d'impresa	comunicazione con media locali	trattamento favorevole (nominare determinati prodotti o det. strutture alberghiere)	basso (le comunicazioni di norma si riferiscono all'attività "aziendale" della stessa SMG)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	organizzazione evento "SMG FORUM"	scelta tematica e scelta relatori	medio	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	Südtirol Awards	scelta premiati	basso ((a) il premio è simbolico; b) la commissione è composta da più membri, solo 1 delegato di SMG)	alto	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	pubblicazione magazzino "M"	scelta giornalisti	alta (assegnazione diretta sempre allo stesso "fornitore")	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	pubblicazione magazzino "M"	scelta fotografi	basso (è previsto sistema con 3 preventivi e 'rotazione' stilistica)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	pubblicazione magazzino "M"	scelta inserti pubblicitari -scelta discrezionale da parte di SMG	basso (non ci sono molte richieste; scelta condivisa tra SMG, BLS, TIS e EOS)	basso	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio

	pubblicazione magazzino "M"	stampa magazzino - unico fornitore	alto (assegnazione diretta senza preventivi o gara)	alto	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio
	pubblicazione magazzino "M"	scelta argomenti pubblicati (favoritismo)	basso (scelta congiunta tra SMG, BLS, EOS e TIS)	medio	è necessario adottare procedure atte a contenere il rischio