

REPARTO	DESCRIZIONE ATTIVITÀ	DESCRIZIONE EVENTO/ ATTIVITÀ A RISCHIO	PROCEDURE IN ESSERE	INDICI DI VALUTAZIONE DELLA PROBABILITÀ						VALORE MEDIO PROBABILITÀ	INDICI DI VALUTAZIONE DELL'IMPATTO				VALORE MEDIO IMPATTO	VALUTAZIONE COMPLESSIVA DEL RISCHIO
				DISCREZIONALITÀ	RILEVANZA ESTERNA	COMPLESSITÀ DEL PROCESSO VALORE ECONOMICO	FRAZIONABILITÀ	CONTROLLI	IMPATTO ORGANIZZATIVO		IMPATTO ECONOMICO	IMPATTO REPUTAZIONALE	IMPATTO ORGANIZZATIVO ECONOMICO .REPUTAZIONALE			
TUTTI	acquisti, appalti, forniture sopra 40.000,00 euro	favorire determinate imprese	sono previste gare pubbliche	1	5	1	5	5	1	3	3	1	0	3	1,75	5,25
TUTTI	acquisti, appalti, forniture tra i 1.501,00 euro e i 39.999,00 euro	favorire determinate imprese	è previsto un sistema con 3 preventivi e ci sono controlli "di fatto" solo casuali – limitazioni ad accettare regalie	5	5	1	3	5	3	3,66	1	1	0	3	1,25	4,57
TUTTI	acquisti, appalti, forniture fino a 1.500,00 euro	favorire determinate imprese	sotto l'importo di 1500 euro può decidere direttamente il dipendente – limitazioni ad accettare regalie (sopra euro 150,00)	5	5	1	3	1	5	3,3	1	1	0	1	0,75	2,48
TUTTI	Incarichi ricevuti da EOS e Camera di Commercio	gestione impropria denaro pubblico (proveniente da altri enti)	si lavora in base a convenzioni che regolano i servizi	1	5	1	3	5	1	2,6	1	1	0	3	1,25	3,25

<b>TUTTI</b>	selezione personale	"favoritismo" per determinati candidati per assunzioni	c'è una preselezione in base a un profilo ben determinato; la scelta finale viene eseguita da una commissione collegiale	4	5	1	3	1	2	<b>2,66</b>	2	1	0	5	<b>2</b>	<b>5,32</b>
<b>TUTTI</b>	scelte strategiche per attività di SMG (p.es. nuovi mercati, supporto determinati settori turistici)	trattamento favorevole per determinati prodotti, categorie o paesi esteri	la scelta è condivisa da tutti i direttori di reparto e dalla Giunta Provinciale; è tuttavia possibile che il budget venga modificato ex post	2	5	1	5	5	1	<b>3,16</b>	1	1	0	5	<b>1,75</b>	<b>5,53</b>
<b>TUTTI</b>	spese di rappresentanza	utilizzo improprio di spese di rappresentanza	vi è un controllo ex post di fatto delle spese e sono previsti limiti di spesa	4	5	1	1	5	2	<b>3,3</b>	1	1	0	2	<b>1</b>	<b>3,3</b>
<b>Market &amp; Brand Management - Management di mercato</b>	attività Marketing e PR all'estero	scelta agenzie	gara comunitaria	1	5	1	5	5	1	<b>3</b>	1	1	0	3	<b>1,25</b>	<b>3,75</b>
	Attività in fiera	scelta dei prodotti presentati	scelta discrezionale (l'attività fieristica è stata ridotta alla partecipazione a 3 eventi all'anno – i partecipanti vengono individuati in base alla tematica dell'evento)	5	5	1	3	5	3	<b>3,67</b>	1	1	0	3	<b>1,25</b>	<b>4,59</b>
	attività PR per determinati prodotti alto atesini (p.es. vino)	scelta campagna e scelta prodotto	scelta discrezionale - non c'è nessuna procedura che regoli scelta categoria prodotto o prodotto stesso la campagna viene elaborata da un'agenzia indipendente	5	5	1	5	5	5	<b>4,3</b>	1	1	0	3	<b>1,25</b>	<b>5,38</b>

	Campagne pubblicitarie (TV - Foto)	favoritismo a vantaggio di determinate imprese o gruppi di imprese e soggetti interessati dall'attività	le campagne pubblicitarie vengono elaborate da agenzie - 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	5	5	1	5	5	2	3,83	1	1	0	3	1,25	4,79
	Brandmanagement	contratti di licenza con marchio ombrello (favoritismo)	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 carico del contraente	2	5	1	3	1	2	2,33	1	1	0	5	1,75	4,08
	Fotografia e Film	incarichi a fotografi e produttori di film	per la contrattazione diretta / incarichi sotto i 40.000 euro	2	5	1	5	5	3	3,5	1	1	0	2	1	3,5
	Fotografia e Film	incarichi a fotografi e produttori di film	per la contrattazione diretta / incarichi sotto i 1.500 euro	5	5	1	3	1	5	3,33	1	1	0	2	1	3,33
	Ricerche di mercato	incarichi alle agenzie	incarichi superano sempre la soglia di 40.000,00 euro - gare	1	5	1	5	1	1	2,33	1	1	0	4	1,50	3,49

<b>Product Development – Sviluppo di prodotto</b>	Marketing per mercatini di Natale	trattamento favorevole di determinate realtà locali	budget fisso e contatti solo con le associazioni/enti e non con singoli espositori/venditori nella “comunicazione generale di SMG” si tiene conto di tutti i mercatini di Natale, indipendentemente dagli incarichi ricevuti da SMG per il Marketing per singoli mercatini (netta distinzione tra SMG quale prestatore di servizi e SMG nelle funzioni istituzionali)	1	5	1	5	1	1	<b>2,33</b>	1	1	0	4	<b>1,5</b>	<b>3,49</b>
	Gioco a premi	i premi vengono messi a disposizione dalle due associazioni (Familyhotels e Vitalpina) con le quali collabora SMG – disparità di trattamento	SMG sceglie le collaborazioni in base alle scelte strategiche elaborate che vengono approvate dalla Giunta Provinciale; vi è in effetti una disparità di trattamento a favore delle due categorie di alberghi sostenute, poiché non tutte le categorie di strutture hanno la possibilità di contrattare con SMG - la “comunicazione” verso l'esterno proviene direttamente dalle due associazioni, non da SMG - non vengono mai menzionati i singoli alberghi, solo associazione e categoria	4	5	1	3	1	2	<b>2,67</b>	1	1	0	2	<b>1</b>	<b>2,67</b>
	Contratti di consulenza con cooperazioni alberghiere	trattamento favorevole di determinate categorie di strutture alberghiere	SMG seleziona le collaborazioni in base alle scelte strategiche elaborate che vengono approvate dalla Giunta Provinciale ed in base ad un catalogo di criteri elaborato internamente	4	5	1	5	1	3	<b>3,17</b>	2	1	0	4	<b>1,75</b>	<b>5,54</b>
	Sviluppo nuovi progetti turistici	trattamento favorevole di determinate realtà economiche	SMG sviluppa nuovi progetti turistici che vengono proposti agli operatori turistici – Si tratta di una collaborazione gratuita e tutte le	5	5	1	3	1	2	<b>2,83</b>	1	1	0	4	<b>1,50</b>	<b>4,25</b>

			associazioni/impresе/alberghi interessati possono partecipare (p.es. Family Ski day) (non c'è molta richiesta di partecipare)														
	Comunicazione con consorzi turistici	trattamento favorevole di determinati consorzi	SMG collabora a livello di comunicazione a pari livello con tutti i consorzi	4	5	1	3	1	1	2,5	1	1	0	2	1	2,5	
	Consulenza associazioni	trattamento favorevole di determinate associazioni	sono previste di fatto condizioni identiche per tutti pur senza un preciso obbligo in tal senso (peraltro la richiesta di partecipare è bassa)	4	5	1	3	1	1	2,5	1	1	0	4	1,50	3,75	
	Collaborazione con consorzi	trattamento favorevole di determinati consorzi	SMG sceglie tra le varie proposte inviate – scelta discrezionale – in base alle scelte strategiche di SMG – decide tutto il reparto	4	5	1	3	1	4	3	1	1	0	5	1,75	5,25	
<b>Digital Development</b>	progetti digitali (siti web)	forniture per software, WLAN etc.	assegnazione diretta – unico fornitore	5	5	1	5	5	5	4,33	1	1	0	4	1,50	6,49	
	social media	favoritismo (immagini di determinati prodotti e/o alberghi etc.; immagini prodotte da certi fornitori – pubblicità indiretta)	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	5	5	1	3	5	5	4	1	1	0	2	1	4	
	organizzazione eventi online	trattamento favorevole di determinate associazioni, strutture etc.	tutti i consorzi turistici/tutte le associazioni etc. hanno la possibilità di collaborare con SMG	4	5	1	3	1	1	2,5	1	1	0	2	1	2,5	
	gioco a premi su social media con premi messi a disposizione da Family Hotel e Vitalpina	rischio di pubblicità indiretta	I premi vengono messi a disposizione da parte delle organizzazioni degli Hotels – non vengono più menzionati i singoli alberghi, solo la categoria d'albergo	4	5	1	3	1	3	2,83	1	1	0	2	1	2,83	

		favorire il vincitore	sistema facebook "mi piace" è difficilmente manipolabile	1	5	1	3	1	1	2	1	1	0	2	1	2
<b>PR &amp; Content Management (Public Relation) – Corporate Communications (già Comunicazione d'impresa)</b>	comunicazione con media locali	trattamento favorevole (nominare determinati prodotti o det. Strutture alberghiere)	le comunicazioni di norma si riferiscono all'attività "aziendale" della stessa SMG	5	5	1	3	1	3	3	1	1	0	2	1	3
	comunicazione con media e/o giornalisti	organizzazione soggiorni dei giornalisti in Alto Adige - trattamento favorevole di determinati prodotti o det. Strutture alberghiere	nella scelta delle località da visitare e degli alberghi prenotati per i giornalisti si considera l'intero territorio sudtirolese (a rotazione) c'è un controllo interno da parte della contabilità sulle prenotazioni alberghiere dei dipendenti (ci sono degli elenchi delle prenotazioni visibili a tutti i dipendenti di SMG) i soggiorni vengono regolarmente pagati – non si accettano soggiorni gratuiti	5	5	1	3	1	3	3	1	1	0	2	1	3
		scelta dei giornalisti invitati	la selezione dei giornalisti avviene di norma tramite un'agenzia	2	5	1	3	1	2	2,33	1	1	0	2	1	2,33
		regalia per i giornalisti – "trattamento di favore" di determinati produttori	sono previsti regali solo per i giornalisti internazionali - il valore si aggira attorno ai 10 – 20 euro per persona c'è un controllo interno	3	5	1	3	1	2	2,50	1	1	0	2	1	2,50
	organizzazione evento "SMG FORUM"	scelta tematica e scelta relatori	i relatori vengono individuati in base al loro know-how in relazione alla tematica dell'evento organizzato	4	5	1	3	1	4	3	1	1	0	4	1,50	4,5
	„Storie da vivere“	scelta dei personaggi intervistati e delle strutture alberghiere/attività illustrate	gli argomenti trattati vengono selezionati da un team di 6 persone in base alle scelte strategiche di SMG	5	5	1	5	1	5	3,67	1	1	0	2	1	3,67

