

POLITICILE
PRIVIND SPONSORIZARILE SI ALTE ACTIUNI PRIVIND
RESPONSABILITATEA SOCIALA A
SOCIETATII NATIONALE A SĂRII S.A.
COD PSRS-SNS-00

Aprobat
prin Decizia
Consiliului de Administratie
nr. _____

POLITICI PRIVIND SPONSORIZARILE
SI ALTE ACTIUNI PRIVIND RESPONSABILITATEA SOCIALA A
S.N.S.-S.A.

cod: PSRS-SNS-00

Editie: 0

Revizie: 0

Document inlocuit:-

Elaborat: Comitetul de strategie si dezvoltare
Entitati impactate: Financiar, Juridic, Comunicare

Copie controlata
Ex. nr.

Copie necontrolata

Drept de proprietate

Prezentul document este proprietatea intelectuala a Societatii Nationale a Sării. Orice utilizare sau multiplicare, partiala sau totala, fara acordul scris al proprietarului este interzisa.

CUPRINS:

- I. Scop***
- II. Aplicabilitate si Legislatie***
- III. Descriere***

Definitii

Drepturi/ responsabilitati:

Domenii eligibile pentru Sponsorizari

Domeniile in care se pot acorda sponsorizari Beneficiarilor

Criterii de acordare a sponsorizarii

Beneficii oferite Societatii Nationale a Sarii S.A.

Cererile de sponsorizari:

Procesul decizional pentru cererile de sponsorizare

Respingerea Cererilor de Sponsorizare

Contractul de Sponsorizare

Monitorizarea Sponsorizarilor si obligatii de raportare

- IV. Transparenta sponsorizarilor***

I. SCOP

Art. 1 Aceasta politica reprezinta abordarea companiei Societatii Nationale a Sarii SA in ceea ce priveste acordarea sponsorizarilor si donatiile.

Art. 2 Principiile care stau la baza actiunilor de sponsorizare si donatie ale Societatii sunt:

- Bugetul de sponsorizari si donatii va fi directionat catre acele tipuri de activitati care sunt in acord cu misiunea si valorile pe care societatea le promoveaza respectiv grija fata de sanatatea si siguranta oamenilor, grija fata de mediu, promovarea un stil de viata sanatos prin practicarea activitatilor sportive, educatie si cercetare aplicata
- In procesul de alocare a sumelor destinate sponsorizarii se va avea in vedere atat dimensiunea impactului (asupra unei persoane sau grup de persoane/comuniati) cat si asigurarea unei distributii cat mai echilibrate asupra domeniilor de activitate carora se adreseaza;
- Impartialitatea acordarii sponsorizarilor si donatiilor, asa cum acestea sunt definite mai jos, astfel incat toate organizatiile si persoanele interesate sa beneficieze de sanse egale in acordarea unui eventual sprijin.

Art. 3 Functiunile care gestioneaza bugetul de Sponsorizari sunt urmatoarele:

- Compartimentul Marketing
- Compartimentul Comunicare/ PR - asigura suportul pe linia de comunicare

II. APLICABILITATE SI LEGISLATIE

Art. 4 Aceasta politica se aplica Societatii Nationale a Sarii S.A, tuturor angajatilor societatii si persoanelor responsabile cu luarea deciziilor privind sponsorizarile. Nu vor fi implicate in procesul decizional persoanele care au un interes personal in orice organizatie sau cauza caritabila.

Art. 5 Toate contractele de sponsorizare si donatie vor respecta legislatia nationala aplicabila dintre care enumeram fara a ne limita la:

- Legea 32/1994 privind sponsorizarea si ale Instructiunilor de aplicare a legii 32/1994;
- Codul Fiscal
- OG nr. 26/2013 privind întărirea disciplinei financiare la nivelul unor operatori economici la care statul sau unitățile administrativ-teritoriale sunt acționari unici ori majoritari sau dețin direct ori indirect o participație majoritară, cu modificările si completările ulterioare;
- Actul constitutiv al Societatii Nationale a Sarii S.A.

III. DESCRIERE

Art 6. Definitii

„**Sponsorizarea**” este o contributie in bani, in produse sau in servicii care sprijina un eveniment, o activitate, o persoana sau o organizatie din sectoarele mentionate la art 8 de mai jos, in schimbul unor beneficii sigure si specifice, de valoare pentru Societatea Nationala a Sarii. Sponsorizare este materializata intr-un contract, care include o gama larga de beneficii ale sponsorizarii, cum ar fi: promovarea publicitara a brandului/marcii sponsorului, bilete/dreptul de a desfasura activitati promotionale, dreptul de a promova/comunica sponsorizarea, de exemplu Sponsor oficial”.

„Promovarea publicitara” se caracterizeaza printr-un contract prin care singurul beneficiu este posibilitatea de a promova logo-ul sau orice alt material de comunicare pe care compania il considera util in acel moment, loc sau prin intermediul respectivului mijloc de comunicare sau eveniment – fara alte beneficii suplimentare de pe urma sponsorizarii, de exemplu bannere expuse pe stadion.

„Subventii, burse & distinctii onorifice” O subventie este in general o forma de asistenta financiara care finanteaza o persoana sau o organizatie pentru dezvoltarea unui anumit proiect. Poate include si asistenta in natura, precum furnizarea de facilitati sau servicii. De exemplu, punerea la dispozitie in conditii de siguranta a salinelor pentru activitati de cercetare, bursele si distinctiile onorifice acordate studentilor cu rezultate deosebite pentru a contribui la educatie etc.

„Donatia” reprezinta acordarea unei sume de bani sau a altor lucruri de valoare fara a astepta beneficii in schimb. Donatia in natura: Donatiile in natura pot fi reprezentate de acordarea de sare in orice forma de prelucrare sau a altor produse reziduale rezultate in urma prelucrarii, servicii turistice sau organizarea de evenimente pentru cauze caritabile.

Art. 7 Drepturi/ responsabilitati:

In baza contractului de sponsorizare ce va fi incheiat, **sponsorul**, pe langa promovarea cauzei sustinute de beneficiarul sponsorizarii, va avea dreptul sa aduca la cunostinta publicului sponsorizarea prin promovarea imaginii, marcii si/sau a numelui propriu.

Societatea Nationala a Sarii S.A. are dreptul de a fi informata in mod periodic cu privire la evolutia si rezultatele proiectelor sponsorizate si de a stabili metodele de evaluare finala a proiectului sponsorizat, impreuna si de comun acord cu Beneficiarul.

Niciuna dintre prevederile de mai sus nu va putea fi interpretata ca o forma de exercitare a controlului de catre Societatea Nationala a Sarii S.A. asupra activitatii Beneficiarului. Beneficiarul este responsabil cu implementarea proiectului/ evenimentului sponsorizat si are dreptul de a lua orice decizii pe care le considera ca fiind justificate pentru a se asigura de indeplinirea tuturor activitatilor incluse in proiect.

Beneficiarul este responsabil de managementul proiectului/ evenimentului sponsorizat si va supraveghea desfasurarea tuturor activitatilor proiectului pentru obtinerea rezultatelor asteptate atat de el, cat si de Societatea Nationala a Sarii S.A.

Art. 8 Domenii eligibile pentru Sponsorizari, Subventii, Donatii si alocarea bugetului pe categorii

8.1. Domeniul medical si orice activitati/actiuni legate de sanatatea dar si siguranta oamenilor – cca 40% din bugetul de sponsorizari va fi alocat acestui domeniu;

8.2. Activitati si actiuni legate de un stil de viata sanatos prin practicarea de activitati sportive, educatie si cercetare aplicata - cca 40% din bugetul de sponsorizari va fi alocat acestui domeniu;

8.3. Activitati si actiuni legate de mediu, activitati si actiuni culturale – cca 20% din bugetul de sponsorizari va fi alocat acestui domeniu;

Art. 9 Beneficiarii sponsorizarilor pot fi doar urmatoarele categorii de persoane si institutii din Romania sau din zonele unde activeaza Societatea Nationala a Sarii S.A.:

- persoanele fizice (indivizi), in conditiile Legii 32/1994 privind sponsorizarea si ale Instructiunilor de aplicare a legii 32/1994;

- organizatiile neguvernamentale sau orice alta persoana juridica fara scop lucrativ, cu sediul in Romania;
- institutiile de invatamant (scoala, gradinita, universitate etc.) care au sediul in Romania;
- comunitati locale (consilii locale sau judetene)
- muzeele, spitalele si alte institutii de cultura si de sanatate care au sediul in Romania.

(i) Nicio finantare acordata de catre companie nu se adreseaza si nu poate fi accesata de niciuna din urmatoarele categorii de entitati:

- Partide politice sau organizatii ale caror activitate se asimileaza celei a unui partid politic;
- Institutii publice, altele decat cele enumerate la punctul (i);
- Societati al caror obiect de activitate il reprezinta jocurile de noroc, producerea de arme sau alte activitati similare

Art. 10 Societatea Nationala a Sarii S.A sprijina:

Societatea: sprijina si desfasoara activitati/proiecte care au ca scop beneficiul societatii, al publicului si dezvoltarea comunitatilor.

Mediul: sprijina si desfasoara activitati/proiecte care au ca scop protectia si responsabilitatea fata de mediul inconjurator.

Proiecte sau organizatii care pot demonstra necesitatea, dar si eficienta in atingerea obiectivelor planificate.

Societatea Nationala a Sarii S.A. va acorda sponsorizari numai in acord cu misiunea/ viziunea si strategia societatii.

Societatea Nationala a Sarii S.A. nu va sponsoriza organizatii religioase daca acestea nu sunt implicate intr-un proiect semnificativ de care beneficiaza comunitatea.

Societatea Nationala a Sarii S.A. nu va sponsoriza proiectele care:

- *intra in conflict cu valorile sau obiectivele Societatii Nationale a Sarii S.A.;*
- *nu corespund strategiei SNS SA*
- *nu sprijina sau nu promoveaza valorile sau obiectivele Societatii Nationale a Sarii S.A.;*
- *dauneaza sanatatii;*
- *au legatura cu tutunul si alcoolul sau cu produse din tutun/alcool sau alte produse care dauneaza sanatatii;*
- *se apreciaza ca beneficiarul nu va duce la indeplinire obligatiile sau asteptarile unei sponsorizari, situatie determinata in baza evaluarii relatiei anterioare cu respectivul beneficiar;*

Art 11. Criterii de acordare a sponsorizarii:

Transparenta: sponsorizarea trebuie sa fie transparenta, beneficiarul acesteia sa fie cunoscut, iar scopul in care va fi utilizata sa fie dezvaluit si verificabil.

Cost: costul necesar pentru implementarea proiectului/ actiunii/ evenimentului supuse sponsorizarii trebuie justificat si detaliat. Prin urmare, bugetul trebuie sa fie prezentat defalcat si sa contina toate tipurile de cheltuieli (echipamente si bunuri, materiale promotionale, resurse umane etc)

Cadrul strategic al sponsorizarilor: sa corespunda strategiei si obiectivelor Societatii Nationale a Sarii S.A., sa fie in acord cu misiunea/ viziunea si strategia societatii.

Relatii anterioare: experienta anterioara pozitiva influenteaza in mod pozitiv evaluarea noii cereri.

Art. 12. Beneficii oferite Societatii Nationale a Sarii S.A.

Beneficiile vor fi parte a contractelor de sponsorizare si se vor desemna punctual in functie de suma sponsorizata si de dimensiunea proiectului.

Anumite beneficiile pot fi anticipate si sunt tangibile (exemplu: confirmarea ca sponsor, sigla fiind inclusa in toate comunicari relevante, oportunitati de publicitate, materiale publicitare etc), dar in plus fata de acestea sponsorizarile sunt o oportunitate de a imbunatati imaginea societatii in concordanta cu misiunea si viziunea societatii, inclusiv de a promova mesaje-cheie.

Art 13. Cererile de sponsorizari:

Toate cererile de sponsorizare trebuie realizate in scris si adresate Societatii Nationale a Sarii S.A, incluzand urmatoarele detalii:

- Datele de identificare: numele organizatiei, numarul de telefon, adresa si persoana de contact;
- Scopul actiunii/ programului/ evenimentului pentru care se solicita sprijin;
- Suma sau tipul de sprijin vizat;
- Rezultatele care se vor obtine prin intermediul sprijinului acordat;
- Beneficiile ce rezulta din sprijinul acordat;

Avand in vedere ca la nivelul SNS SA, competenta de aprobare a contractelor de sponsorizare este a Consiliului de Administratie, cererile trebuie primite de SNS SA intr-un termen de 30 de zile, pana la acordarea sponsorizarii.

Nota: toate cererile primite de SNS SA (sediul central si sucursale) vor fi redirectionate catre Comp. Marketing - din cadrul Directiei Comerciale si Marketing, in vederea demararii procesului de evaluare si supunerii spre aprobare conform prezentei Politici de sponsorizare.

Art. 14. Procesul decizional pentru cererile de sponsorizare

14.1 Aprobarea sponsorizarilor

In limitele bugetului de venituri si cheltuieli aprobat si cu respectarea prevederilor legale in materie, in cazul Sponsorizarilor *evaluate pozitiv* de catre Compartimentul Marketing din cadrul Directiei Comerciale si Marketing, *se va intocmi o propunere* care va fi semnata de catre comp. Marketing, directorului directiei, directorul financiar si va fi inaintata directorului general spre avizare.

Daca **Directorul General avizeaza sponsorizarea**, se intocmeste o nota de CA prin care se va supune **Consiliului de Administratie aprobarea** actiunii si a contractului de sponsorizare.

Dupa aprobarea de catre Consiliul de Administratie a contractului de sponsorizare, acesta va fi **inaintat Adunarii Generale a Actionarilor in vederea informarii**.

Fluxul urmarit consta in:

- Evaluare pozitiva a Comp. Marketing/ aprobare Director General/ aprobare Consiliu de Administratie;

- Se va incheia un contract de sponsorizare, indiferent de valoarea ce face obiectul respectivei sponsorizari;
- Implementarea sponsorizarii;
- Evaluarea;
- Plata, in conformitate cu termenii de plata aprobati de catre departamentele competente;
- Bugetul trebuie monitorizat.

14.2 Respingerea Cererilor de Sponsorizare: in cazul Sponsorizarilor evaluate negativ, se va transmite o scrisoare/ un email de respingere partilor interesate, explicand motivele respingerii (se accepta si informarea telefonica).

Contractul de Sponsorizare: se încheie în formă scrisă, cu specificarea obiectului, valorii și duratei sponsorizării, precum și a drepturilor și obligațiilor părților.

Se va incheia un contract de sponsorizare, indiferent de valoarea ce face obiectul respectivei sponsorizari. Termenii si conditiile contractuale vor stabiliți in functie de natura si de detaliile sponsorizarii

14.3 Monitorizarea Sponsorizarilor si obligatii de raportare

Sponsorizarea este evaluata potrivit criteriilor stabilite in prezenta Politica de sponsorizare.

Beneficiarul trebuie sa transmita un raport catre Compartimentul Marketing, dupa incheierea procesului de Sponsorizare, in care vor fi prezentate toate rezultatele tangibile implementate de catre acesta, in baza caruia Compartimentul Marketing din cadrul SNS SA va intocmi un raport intern (nivelul de detaliu va fi in functie de natura si detaliile sponsorizarii).

Raportul intern va urmări următoarele aspecte minimale:

- respectarea contractului de sponsorizare incheiat si a politicilor companiei;
- Atingerea obiectivelor privind sponsorizarea;
- Buna gestionare si tinere a evidentelor;
- Depunerea la timp a rapoartelor de catre Beneficiar
- Beneficiile aduse societatii si comunitatii;
- Indeplinirea criteriilor de sponsorizare;
- Siguranta si riscul.

IV. TRANSPARENȚA SPONSORIZĂRILOR

Politica de sponsorizare este un document public (publicat pe site-ul www.salrom.ro)

In plus, se va intocmi **Raportul anual al sponsorizarilor acordate de Societatea Nationala a Sarii SA**, ce va contine toate sponsorizarile acordate de Societatea Nationala a Sarii, indiferent de valoarea acestora, si **se va publica pe site-ul** Societatii.

Raportul va contine următoarele informatii:

- beneficiarul fiecărei sponsorizari;
- valoarea sponsorizarii;
- obiectul sponsorizarii.