

POLITIKA DOGAĐANJA

1. SVRHA I PODRUČJE PRIMJENE

Ova Politika nastoji postaviti jasne kriterije za planiranje, provedbu i aktivnosti nakon događanja. Primjenjuje se kao strateški okvir za upravljanje događanjima i kao smjernica kojom se uređuju pitanja vezana uz događanja.

Ova Politika primjenjuje se na sve radnike i rukovodeće osobe Hrvatskog Telekoma d.d. (u daljnjem tekstu: Društvo), te na sve radnike i rukovodeće osobe trgovačkih društava u kojima Društvo ima većinski udio ili većinsko pravo odlučivanja, pod uvjetom da uprave tih trgovačkih društava svojom odlukom usvoje ovu Politiku. Načela ove Politike također se primjenjuju na osobe angažirane na temelju posebnog ugovora kao vanjski suradnici (konzultanti, studenti, radnici zaposleni preko agencija itd.) i to na način da se načela ove Politike ugrade u ugovore koje Društvo sklopi s takvim osobama, odnosno s trgovačkim društvima u kojima rade. Poslovni sastanci koji su regulirani zakonom ne spadaju u područje primjene ove Politike (npr. Glavna skupština, Radničko vijeće).

Ova Politika primjenjuje se bez obzira na činjenicu radi li se o inicijatoru događanja ili voditelju događanja (Event Project Manager) i bez obzira na status zaposlenika. Usklađena je s vrijednostima Vodećih načela i s Kodeksom ponašanja.

Povrh toga, pri svim aktivnostima koje su vezane za pojedini događaj, potrebno je pridržavati se i ostalih važećih politika, npr. Politike prihvaćanja i davanja pogodnosti, Politike sprječavanja korupcije i ostalih sukoba interesa.

2. USKLAĐENOST SA STANDARDIMA PONAŠANJA

Cilj ove politike je da potpomognu uspješnu provedbu događanja u interesu Društva.

3. DEFINIRANJE POJMOVA

3.1. DEFINIRANJE I KATEGORIZACIJA DOGAĐANJA

Događanje je u načelu organizirana jednokratna prigoda koja je vremenski ograničena i u kojoj sudjeluje grupa ljudi. Svrha događanja mora biti razrađena u ciljevima utvrđenima u Presentaciji događanja (4. Ciljevi događanja).

Pojedini formati događanja mogu se sažeti u sljedeće kategorije:

Kategorija događanja	Definicija
Poslovno	Naglasak je uglavnom na prijenosu znanja i informacija. Ovisno o formatu, ova događanja mogu uključivati različite stupnjeve interakcije između govornika i sudionika; na primjer predavanja s pasivnim slušateljstvom
Infotainment (informiranje + zabava)	Događanja u kategoriji infotainment imaju i poslovni element (vidi gore) i element zabave (poticajni udio). Koriste se za postizanje aktivnijeg i receptivnijeg ponašanja kod prijenosa informacija. Primjer su uvodna (Kick off) događanja kod kojih su individualne prezentacije ukupnog koncepta povezane s elementima zabave. Uz prienos informacija, ova događanja imaju dodatnu namjenu, a to je pružanje mogućnosti za umrežavanje u obliku druženja (Get Together).
Zabava / slobodno vrijeme	Ova kategorija uključuje događanja čiji je glavni cilj zabaviti sudionike i izazvati jaku emotivnu reakciju; na primjer poticajna putovanja. Događanja temeljena na zabavi često uključuju visok stupanj interakcije.

Poticaj je motivacijsko sredstvo koji se dodjeljuje za određenu radnju ili postizanje nekog cilja. Poticaj može biti u obliku novca ili imovine, no isto tako može biti nematerijalna prednost ili osobna pogodnost. Na primjer, sudjelovanje u događanju u kojem se sudionicima nudi zabavni program predstavljalo bi osobnu pogodnost koja se može mjeriti u novčanom obliku.

3.2. DEFINIRANJE DOGAĐANJA U PODRUČJU PRIMJENE POLITIKE DOGAĐANJA

Politika događanja razlikuje korporativna događanja kod kojih Društvo ili jedno od njegovih društava ima ulogu organizatora i događanja kod kojih je Društvo suorganizator ili pokrovitelj.

3.2.1 Događanja vezana za Društvo

Događanja koja ispunjavaju najmanje jedan od sljedećih kriterija uvijek će se klasificirati kao događanje u okviru područja primjene Politike događanja:

- U događanje je uključeno više od 30 sudionika.

- Ukupna vrijednost događanja bez troškova hotela i prijevoza iznosi ili je veća od 5.308,91 EUR neto.
- Rad na organizaciji i pripremi izlazi izvan okvira standardnog redovnog sastanka (jour fixe) ili aktivnosti u okviru odjela (teambuilding, radionica ili mjera obuke u vlastitom odjelu).

Događanja iz kategorija „infotainment“ ili „zabava/slobodno vrijeme“ uvijek spadaju u područje primjene Politike događanja.

Napomena: Sve daljnje reference na pojam „događanja“ u ovome dokumentu odnose se na sva događanja/ događaje koji ulaze u područje primjene ove Politike, kao što je to opisano u gornjem tekstu.

3.2.2 Sponzorstvo

Sponzorstvo se odnosi na planiranje, organiziranje, provedbu i kontrolu svih aktivnosti povezanih s novčanim doprinosima, davanjem vrijednosti u naravi ili pružanju usluga u području sporta, kulture i društvenog angažmana.

Napomena: Događanja koja su rezultat sponzorske aktivnosti također podliježu ovoj Politici.

Društvo je suorganizator ili pokrovitelj:

Na događanjima na kojima Društvo djeluje samo kao suorganizator ili pokrovitelj u svakom pojedinačnom slučaju također treba provjeriti u kojoj mjeri su primjenjive odredbe ove Politike.

4. CILJEVI DOGAĐANJA

Jasno definirani ciljevi bitan su preduvjet za planiranje i uspješno održavanje događanja. Inicijator događanja mora definirati ciljeve na početku projekta i pratiti cijeli proces provedbe projekta. Ciljevi moraju biti definirani u Presentaciji događanja.

Nakon događanja potrebno je izvršiti vrednovanje na temelju utvrđenih ciljeva kako bi se izmjerilo jesu li ciljevi postignuti.

4.1. PREZENTACIJA DOGAĐANJA

U cilju djelotvorne i učinkovite provedbe događanja voditelj događanja mora unaprijed strukturirano isplanirati događanje. Sve potrebne informacije o događanju moraju se uključiti u Presentaciju događanja.

Inicijator događanja je odgovoran za definiranje ciljeva planiranog događanja.. Svaka prezentacija događanja mora uključivati sljedeće:

Alat za prezentaciju događanja	
Pitanje	Odgovori
Ciljna grupa i broj Kome je upućeno/tko će biti pozvan?	Treće strane (korisnici, poslovni i kooperacijski partneri, novinari /utjecajni pojedinci koji kreiraju stav javnosti/lobisti, dioničari...) Interno (članovi Uprave, menadžeri, zaposlenici)
Cilj Koja je svrha/cilj događanja?	Utjecaj na ugled, pozicioniranje Društva na tržištu, medijsko praćenje, vrijednost brenda, promidžba itd.
Format događanja – kako će se događanje provesti?	<p>Primjeri poslovnih događanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentacija proizvoda i usluga (road show) bez poticajnog udjela - Konferencije s velikim grupama bez poticajnog udjela - Konferencija za novinare <p>Primjeri infotainment događanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sastanak/konferencija s poticajnim udjelom - Prezentacija proizvoda i usluga (road show) sa zabavom - Događanja za novinare s poticajnim udjelom - Ceremonija dodjele/nagrada - Događanja na kojima se lansiraju proizvodi - Promidžba <p>Ekskluzivna događanja s odabranom skupinom sudionika</p> <p>Primjeri događanja koja se temelje na zabavi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Večernje događanje - Korporativno događanje - Poticajno putovanje - Koncert - Domjenak vezan za sajam - Kulturno događanje - Sponzorstvo: muzika, sport, kultura, događanja vezana za poslovanje između kompanija (B2B)
Vremenski okvir	<p>Primjer</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 sata - 2 dana - Road show u trajanju od jednog dana, na X lokacija tijekom X tjedana

Alat za prezentaciju događanja	
Pitanje	Odgovori
Budžet	Potrebno izračunati u odnosu na ciljeve i ekonomsku učinkovitost održavanja događanja.

Na temelju ovih podataka može se dodijeliti kategorija događanja.

Na primjer, projekti usmjereni na privatne korisnike su prema definiciji i kategorizaciji obično događanja vezana za zabavu i slobodno vrijeme, dok su projekti usmjereni na poslovne korisnike obično poslovna događanja ili ona koja uključuju informiranje i zabavu (ovisno o vrsti sponzorstva).

Kada govorimo o ciljnim grupama koje sudjeluju u događanju u pravilu razlikujemo vanjske od internih sudionika. Oni moraju biti odabrani prema ciljevima događanja i u skladu s poslovnim interesima Društva.

Napomena: Događanja na koja se pozivaju korisnici ili zaposlenici trebaju u pravilu biti osmišljena tako da isključe pozive njihovim pratiteljima.

4.2. VREDNOVANJE CILJEVA

Inicijator događanja mora pokrenuti vrednovanje ciljeva kako bi utvrdio je li cilj postignut. Rezultati vrednovanja moraju se koristiti za nastavak razvoja uspješnih koncepata i za prilagodbu onih koji su manje učinkoviti.

Vrednovanje treba uključiti u dokumentaciju događanja i ono treba poslužiti kao osnova za optimizaciju budućih događanja.

Događanja na koja se primjenjuje Politika događanja moraju se vrednovati. Kod velikog broja događanja dovoljno je redovno, nasumično vrednovanje (na primjer kod redovnih novinskih konferencija). Elementi vrednovanja mogu uključivati sljedeće: prisutnost PR medija, svijest o brendu, nazočnost publike itd.

Ako je Društvo samo suorganizator ili pokrovitelj događanja, Društvo inicijator događanja mora provjeriti u kojoj mjeri je vrednovanje moguće – na temelju ukupnih troškova, ciljeva i pravnog okvira.

5. PODRUČJA ODGOVORNOSTI U ORGANIZIRANJU DOGAĐANJA

5.1. DEFINIRANJE ODGOVORNOSTI INICIJATORA DOGAĐANJA I VODITELJA DOGAĐANJA

Inicijator događanja je zaposlenik koji inicira događanje, snosi ukupnu odgovornost i često osigurava budžet za događanje.

Voditelj događanja je zaposlenik koji je odgovoran za planiranje, provedbu događanja i aktivnosti nakon događaja. Voditelj događanja postupa u skladu s danim okvirom budžeta uzimajući pri tome u obzir postupak nabave. Ako postoji mogućnost, voditelj događanja će koristiti interne resurse (npr. prostorije), kao i sinergije koje ima s drugim cjelinama Društva-a .

Ukoliko neka agencija i/ili drugi vanjski pružatelj usluga preuzme dijelove događanja, krajnju odgovornost snosit će interni voditelj događanja u Društvu-u. Zabranjeno je prenošenje ove odgovornosti na vanjske pružatelje usluga ili agencije.

Ako se inicijator događanja ne pridržava pravila Politike događanja, čak i nakon što je dobio takvu uputu od strane voditelja događanja, potonji može prenijeti odgovornost na inicijatora događanja uz pisanu obavijest navodeći odgovarajuće poglavlje ove Politike. Ova obavijest također mora biti dokumentirana.

5.2. ODOBRENJE DOGAĐANJA

Događanja kojima se sudionicima (kategorije događanja „infotainment“ i „zabava/slobodno vrijeme“) daju novčane pogodnosti mora u pravilu odobriti supervizor vlasnika mjesta troška. Inicijator događanja je odgovoran za ishođenje odobrenja i davanje odobrenja voditelju događanja (načelo podjele odgovornosti).

Sva ostala događanja moraju biti prethodno odobrena u pisanom obliku od strane nadležnog rukovoditelja inicijatora događanja.

Inicijator događanja mora osigurati:

- odobrenje za događanja u kojima sudionici dobivaju novčane pogodnosti;
- odobrenje za djelomično financiranje događanja od treće strane (vidi čl. 6.2 Financiranje događanja od trećih strana);
- odobrenje za sudjelovanje sudionika i domaćina u omjeru jedan na jedan (vidi čl.6.1 Omjer sudionika i domaćina);
- odobrenje izuzetka u slučaju pozivanja/davanja ulaznica zaposlenicima ili pratiteljima zaposlenika ili za neko drugo privatno korištenje (vidi čl. 9.2 Odredbe o pozivanju zaposlenika na događanja);

Ukoliko je to potrebno prije samog događanja, voditelj događanja mora zatražiti od inicijatora događanja sva odobrenja koja su potrebna prema Politici događanja, te ih dokumentirati.

U slučaju dvojbi oko tumačenja Politike, inicijator događanja dužan je uključiti organizacijsku cjelinu nadležnu za usklađenost poslovanja za pitanja koja se tiču usklađenosti (npr. prihvaćanje i davanje pogodnosti), te obavijestiti voditelja događanja o rezultatima. Prilikom početka planiranja događanja, voditelj događanja se mora pobrinuti da se u obzir uzmu pitanja usklađenosti poslovanja, nacionalnog oporezivanja i revizije.

5.3. DOKUMENTACIJA I PROVEDBA DOGAĐANJA

Svako događanje treba biti točno dokumentirano – od faze planiranja do završnog računa. Inicijator događanja mora osigurati sveobuhvatne informacije (briefing) u pisanom obliku o ciljevima događanja, a voditelj projekta mora dokumentirati sve promjene u odnosu na prvobitne ciljeve. Eventualne dodatne troškove koji su rezultat promjena ciljeva događanja treba u načelu izbjegavati, a ako su neizbježni potrebno ih je dokumentirati (vidi 4. Ciljevi događanja).

Voditelj događanja je odgovoran za potpunost dokumentacije.

5.3.1 Potrebna dokumentacija prema Politici događanja

- Prezentiranje događanja
Voditelj događanja mora dokumentirati promjene ili zahtjeve za promjenom inicijatora događanja koji odstupaju od prvobitnog opisa događanja.
- Poziv
- Dnevni red događanja/koncept
- Popis sudionika sa sljedećim poljima:
prezime/ime, naziv društva, podaci o eventualnim darovima i njihova bruto vrijednost.
- Ako se darovi uručuju gostima kao dio događanja, raspodjela darova mora biti vidljiva na popisu sudionika ili treba osigurati zaseban popis primatelja.
- Izvješće o ukupnim troškovima uključujući plan troškova po osobi.
Troškovi po osobi mogu se izračunati na način da se ukupni trošak događanja podijeli s brojem prijavljenih sudionika.
- Rezultat vrednovanja uključujući mjere koje iz toga proizlaze.
- Svi rezultati revizije i odobrenja (npr. pisano odobrenje nadležnog rukovoditelja; posebno odobrenje supervizora vlasnika mjesta troška).

6. EKONOMSKI ASPEKTI DOGAĐANJA

Napomena: Podmićivanje je kazneno djelo. Stoga događanja i pozivi na događanja ne smiju biti usmjereni na ili korišteni za ostvarivanje nezakonitog povlaštenog tretmana kod poslovnog partnera ili za vršenje nedopustivog utjecaja na poslovnog partnera. Više informacija možete naći u Politici o prihvaćanju i davanju pogodnosti.

6.1. OMJER SUDIONIKA I DOMAĆINA

Kod svakog događanja treba postići uravnoteženi omjer sudionika i domaćina. Domaćini su zaposlenici Društva koji uspostavljaju funkcionalne veze s gostima na mjestu događanja (npr. prodajni zastupnici). Osoblje zaduženo za događanje koje ima samo organizacijske zadatke ne ulazi u određivanje omjera sudionika i domaćina.

Za grupe s više od 5 gostiju svakom domaćinu bi trebalo dodijeliti najmanje 3 gosta (omjer domaćina i sudionika 1:3). Osobe u pratnji uzvanika ne uračunavaju se u omjer sudionika i domaćina.

Napomena: Omjer sudionika i domaćina 1:1 dopušten je samo u iznimnim slučajevima. Ovakvo dopuštenje može dati samo supervizor vlasnika mjesta troška, a mora ga ishoditi inicijator događanja.

Interni domaćin trebao bi pratiti/brinuti se za goste Društva kojima su dodijeljene ulaznice za sportska ili muzička događanja. Svaka osoba u ulozi domaćina prema definiciji iz Politike događanja treba se tretirati kao inicijator događanja i mora preuzeti sve relevantne funkcije (vidi čl. 5.1. Definiranje odgovornosti inicijatora događanja i voditelja događanja).

Napomena: Odredbe o omjeru sudionika i domaćina ne primjenjuju se na događanja u kategoriji poslovnih događanja.

6.2. FINANCIRANJE DOGAĐANJA OD TREĆIH STRANA

U pravilu je dopušteno djelomično financiranje događanja od strane poslovnih partnera u okviru sponzorskih obveza na temelju ugovora ili partnerstva (npr. strateška udruživanja). Sva ostala djelomična financiranja moraju biti odobrena u pisanom obliku od strane supervizora vlasnika mjesta troška. Inicijator događanja je odgovoran za ishođenje ovog odobrenja. U slučaju bilo kakve dvojbe ili nesigurnosti potrebno je zatražiti savjet od organizacijske cjeline nadležne za usklađenost poslovanja.

6.3. DAVANJE NARUDŽBI I NABAVA

U cilju postizanja najboljeg omjera troškova i koristi vezano za događanje, voditelj događanja mora uključiti organizacijsku cjelinu nadležnu za nabavu u ranoj fazi. Sve narudžbe moraju biti u skladu s Politikama nabave Društva.

7. OPĆA NAČELA ORGANIZACIJE DOGAĐANJA

Organizacijske cjeline zadužene za događanja ili poslovne cjeline kojima je dodijeljeno planiranje i provedba događanja moraju izraditi centralni i dosljedan godišnji plan događanja i plan budžeta za svoje područje odgovornosti.

7.1. STANDARDI KVALITETE

Kod osmišljavanja i održavanja događanja treba postupati u skladu s Politikom korporativnog identiteta i korporativnog dizajna (CI/CD) određenog pravnog subjekta.

7.2. ZAŠTITA PODATAKA

Kod pripreme i provedbe događanja treba se pridržavati pozitivnih propisa kojima se štite osobni podaci i internih pravilnika Društva, a posebno načela koja se tiču kvalitete podataka, kao i davanja minimalno potrebnih podataka za provedbu aktivnosti.

Zaštita podataka i anonimnost trebaju biti zajamčene u svim metodama istraživanja.

7.3. SIGURNOST

Sve strane uključene u događanje trebale bi se u pravilu baviti pitanjem sigurnosti. Voditelj događanja ima obvezu postupati u skladu sa zakonom i pravilima kompanije, te obavljati koordinaciju pitanja sigurnosti s pojedinim područjima – uvijek ovisno o opsegu događanja.

Organizacijska cjelina nadležna za korporativnu sigurnost odgovorna je za sigurnost događanja, te daje savjete i pruža podršku u tom smislu. Analizom i vrednovanjem elemenata događanja provode se individualne mjere, ovisno o situaciji.

8. DAVANJE ULAZNICA U OKVIRU SPONZORSKIH OBVEZA

Pozivanje poslovnog partnera na događanje ne smije se povezivati s bilo kakvim korporativnim ciljevima i poslovnim očekivanjima.

- Davanje ulaznica za događanja s poslovnim partnerima trebalo bi se temeljiti na sponzorskim obvezama Društva. Opće je pravilo da se sve ulaznice koje proizlaze iz sponzorskih obveza Društva moraju kupiti i koristiti prema standardima usklađenosti poslovanja i da sve dodjele ulaznica moraju biti dokumentirane (npr. ulaznice koje se daju Upravi, organizacijskoj cjelini za prodaju poslovnim korisnicima – KAM, nagradne igre itd.).
- Kod dodjele ulaznica prednost treba dati korištenju ulaznica za događanja s poslovnim partnerima.
- Ulaznice koje se ne koriste za gore navedene svrhe (ostale ulaznice) mogu se koristiti za medijske partnere, donacije ili kampanje vezane za osoblje, u skladu s važećim smjernicama.
- VIP lože su namijenjene visoko pozicioniranim klijentima (direktori/menadžeri).
- Ulaznice koje u kratkom roku postanu raspoložive mogu se ponovno koristiti samo od strane domaćina, sukladno Politici događanja. U slučaju da se navedeno ne može zajamčiti, ulaznice se moraju vratiti organizacijskoj cjelini nadležnoj za događanja ili ih treba poništiti (ako je ostalo premalo vremena da bi ih se koristilo u kampanjama ili s medijskim partnerima). Ovakve ulaznice se ni na koji način ne smiju koristiti na način koji je u suprotnosti s odredbama ove Politike, na primjer davanjem ulaznica prijateljima ili obitelji.

Napomena: Kada su ulaznice dodijeljene, inicijator događanja je odgovoran za pridržavanje odredaba u pogledu usklađenosti poslovanja (npr. pregled popisa gostiju) (vidi čl. 5.1. Definiranje odgovornosti inicijatora događanja i voditelja događanja).

9. ASPEKTI DOGAĐANJA RELEVANTNI ZA USKLAĐENOST POSLOVANJA

9.1. POZIVANJE TREĆIH STRANA NA DOGAĐANJA

Poziv na događanje predstavlja davanje pogodnosti koje je propisano Politikom o prihvaćanju i davanju pogodnosti koju također treba uzeti u obzir.

9.2. ODREDBE ZA POZIVANJE ZAPOSLENIKA NA DOGAĐANJA

9.2.1 Pozivi zaposlenicima

Pozivanje zaposlenika/davanje ulaznica zaposlenicima u Društvu je dopušteno samo ako je to nužno za obavljanje posla i/ili u interesu kompanije. Navedeno se također odnosi na pozive zaposlenicima drugih društava u Grupi. Izuzeci su mogući uz neslužbeno pisano odobrenje od strane supervizora vlasnika mjesta troška. Inicijator događanja mora ishoditi i dokumentirati ovo dopuštenje.

9.2.2 Pozivi partnerima/pratiteljima zaposlenika

Pozivanje pratitelja i/ili partnera zaposlenika/davanje ulaznica pratiteljima i/ili partnerima zaposlenika, ili bilo kakvo drugo korištenje ulaznica u privatne svrhe nije dopušteno. Za izuzetke je potrebno službeno pisano odobrenje od strane supervizora vlasnika mjesta troška. Inicijator događanja mora ishoditi i dokumentirati ovo dopuštenje.

10. OPOREZIVANJE NOVČANIH POGODNOSTI

Prije događanja treba uzeti u obzir podatke i dokumente koji se odnose na oporezivanje u Hrvatskoj.