

ITALMOBILIARE Società per Azioni

Procedura in tema di sondaggi di mercato
(Procedura *Market Sounding*)

17 dicembre 2024

Indice

- 1. Premessa**
- 2. Definizione di sondaggio di mercato**
- 3. Principi generali**
- 4. Regole da osservare nell'effettuazione di un sondaggio di mercato**
- 5. Regole da osservare quando si riceve un sondaggio di mercato**
- 6. Controllo sul rispetto della Procedura**
- 7. Inosservanza delle regole di comportamento previste dalla Procedura**
- 8. Modifiche e integrazioni alla Procedura**
- 9. Società Controllate**

Allegati

- Allegato 1: Modello per la registrazione della comunicazione effettuata per informare la persona che ha ricevuto il sondaggio del fatto che le informazioni comunicate non sono più informazioni privilegiate**
- Allegato 2: Modello per il verbale e resoconto quando sono comunicate informazioni privilegiate**
- Allegato 3: Modello per il verbale e resoconto quando non sono comunicate informazioni privilegiate**

1. Premessa

La presente procedura (**Procedura**), adottata da Italmobiliare S.p.A. (**Società**) in conformità all'art. 11 del Regolamento (UE) n. 596/2014 (**Reg. n.596/2014**) e ai relativi regolamenti tecnici di attuazione, definisce le regole che la Società è tenuta ad osservare nello svolgimento di sondaggi di mercato, ovvero nella partecipazione a sondaggi condotti da terzi di cui essa sia eventualmente destinataria.

Le regole di comportamento e i principi previsti nella presente Procedura sono finalizzati a:

- **garantire** la massima confidenzialità delle **Informazioni Privilegiate** o comunque suscettibili di divenire tali;
- **tutelare** gli investitori e l'integrità del mercato, prevenendo situazioni di asimmetria informativa e impedendo che alcuni soggetti possano avvalersi di informazioni non pubbliche per operare sui mercati;
- **tutelare** la Società in relazione ad eventuali responsabilità in cui la medesima potrebbe incorrere a seguito di comportamenti illeciti integranti abusi di mercato posti in essere da soggetti alla stessa riconducibili.

La Procedura è, altresì, parte integrante del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi della Società, nonché del complessivo sistema di prevenzione degli illeciti di cui al Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231 e, in particolare, del Modello Organizzativo a tal fine adottato dalla Società.

Per quanto non espressamente previsto nella presente Procedura, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari *pro tempore* vigenti.

2. Definizione di sondaggio di mercato

Un sondaggio di mercato (**sondaggio**) consiste in un'interazione tra un venditore di strumenti finanziari e uno o più potenziali investitori e, in particolare, nella comunicazione di informazioni a tali investitori, anteriormente all'eventuale annuncio di un'operazione, al fine di valutare l'interesse per la possibile operazione e le relative condizioni, come le dimensioni potenziali, il prezzo e la struttura dell'operazione stessa (la cui effettiva realizzazione non è scontata ma dipende, appunto, anche dal riscontro che il sondaggio di mercato può avere presso i potenziali investitori).

Esempi di sondaggi di mercato includono, in modo non esaustivo, i casi in cui la società interessata alla vendita è in trattativa con un' emittente in merito a una potenziale transazione e ha deciso di determinare l'eventuale interesse degli investitori al fine di stabilire le condizioni che costituiranno l'operazione, i casi in cui l'emittente intende annunciare un'emissione di titoli di debito o un'offerta di sottoscrizione di ulteriore capitale proprio e una società interessata alla vendita contatta i principali investitori per metterli al corrente delle caratteristiche dell'operazione, al fine di ottenerne un impegno a partecipare finanziariamente all'operazione, o i casi in cui la società interessata alla vendita intende vendere una grande quantità di titoli per conto di un investitore e cerca di determinare l'eventuale interesse di altri potenziali investitori per questi titoli.

Costituisce una particolare ipotesi di sondaggio di mercato la comunicazione di informazioni privilegiate da parte di una persona che intenda realizzare un'offerta pubblica di acquisto rispetto ai titoli di una società o una fusione con una società di aventi diritto ai titoli, a condizione che:

- le informazioni siano necessarie per consentire agli aventi diritto ai titoli di formarsi un'opinione sulla propria disponibilità a offrire i loro titoli;
- la volontà degli aventi diritto ai titoli di offrire i loro titoli sia ragionevolmente necessaria per la decisione di presentare l'offerta di acquisizione o fusione.

Il sondaggio di mercato è un regime opzionale che consente di poter beneficiare dell'esenzione dal divieto di comunicazione illecita di informazioni privilegiate (cd. **safe harbour**). La Società potrà sempre dimostrare che la comunicazione dell'informazione è avvenuta "nel normale esercizio di un'occupazione, di una professione o di funzione" e che sono state assunte tutte le tutele per la segregazione dell'informazione.

3. Principi generali

In conformità a quanto previsto dal Regolamento Delegato (UE) n. 960/2016 (**Reg. n. 960/2016**), ai fini di un sondaggio di mercato le informazioni possono essere comunicate oralmente, in riunioni di persona, mediante comunicazioni telefoniche, audio o video, per iscritto, per posta, per fax o mediante comunicazioni elettroniche.

Le telefonate o gli incontri con i potenziali investitori devono avvenire in ambienti riservati, in modo tale che nessun soggetto terzo non autorizzato a entrare in possesso delle informazioni rilevanti sia messo in condizione di apprendere, anche solo incidentalmente, il contenuto.

In caso di svolgimento di sondaggi di mercato per telefono devono essere utilizzate linee telefoniche registrate, ferma restando la necessità di acquisire il consenso alla registrazione della conversazione da parte del soggetto destinatario del sondaggio.

Inoltre, le persone che operano per conto del soggetto che effettua il sondaggio di mercato devono utilizzare, per l'invio e il ricevimento di comunicazioni telefoniche ed elettroniche, solo apparecchiature fornite dal citato soggetto per cui prestano la loro attività, essendo vietato l'uso di apparecchiature personali.

Al fine poi di minimizzare i rischi connessi con la comunicazione selettiva di informazioni, si rende necessario:

- limitare il numero di persone che partecipano a tale attività;
- non diffondere alcuna informazione sul sondaggio di mercato a soggetti non direttamente interessati;
- comunicare ai potenziali investitori solamente le informazioni strettamente necessarie;
- ridurre il più possibile il lasso di tempo tra l'avvio del sondaggio di mercato e l'avvio dell'operazione.

Poiché la persona contattata può comunicare la sua volontà di non partecipare a sondaggi e, in ogni caso, deve dare il proprio assenso a ricevere informazioni privilegiate, al momento del primo contatto con il potenziale investitore occorre evitare di fornire elementi descrittivi idonei a dare luogo al trasferimento di qualsivoglia informazione privilegiata.

Il personale preposto ad effettuare o ricevere sondaggi di mercato deve essere chiaramente identificato e avere ricevuto adeguata formazione per lo svolgimento delle connesse attività.

Il Direttore Affari Societari della Società deve essere sempre informato circa l'intenzione di effettuare un sondaggio di mercato, ovvero in merito al coinvolgimento della Società medesima in un sondaggio effettuato da un altro soggetto.

4. Regole da osservare nell'effettuazione di un sondaggio di mercato

La Società, previa decisione assunta dal Consigliere Delegato, potrà effettuare – anche per il tramite di terzi che agiscano in nome e per conto della medesima – sondaggi di mercato nel rispetto del Reg. n. 596/2014 e della relativa normativa di attuazione.

La comunicazione di informazioni privilegiate effettuata nel corso di un sondaggio si considera fatta nel normale esercizio di un'occupazione, di una professione o di una funzione, non costituendo pertanto comunicazione illecita di informazioni privilegiate, a condizione che, nell'effettuazione del sondaggio, vengano rispettate le condizioni di cui al comma 4, art. 11, del Regolamento 596/2014.

La funzione della Società preposta a dar corso ad eventuali sondaggi di mercato è l'Investor Relator (il "**Responsabile del sondaggio**" o "**Responsabile**").

Il Responsabile, prima di effettuare un sondaggio, analizza le informazioni che intende mettere a disposizione dei potenziali investitori e con il supporto delle strutture competenti⁽¹⁾ valuta se il sondaggio di mercato comporterà la comunicazione di Informazioni Privilegiate⁽²⁾.

Il Responsabile del sondaggio riporta per iscritto le considerazioni e le conclusioni maturate in proposito, unitamente alle relative motivazioni, e le mette a disposizione su richiesta dell'Autorità competente.

Tale obbligo si applica a ciascuna comunicazione di Informazioni Privilegiate per l'intera durata del sondaggio di mercato. Il Responsabile del sondaggio cura l'aggiornamento di tali registrazioni.

Il Responsabile del sondaggio, prima di effettuare la comunicazione oggetto del sondaggio di mercato, deve:

- a) ottenere il consenso delle persone che ricevono il sondaggio di mercato (i "**destinatari del sondaggio**", o i "**destinatari**") a ricevere informazioni privilegiate;
- b) informare i destinatari che è vietato utilizzare tali informazioni, o tentare di utilizzarle, con l'acquisizione o la cessione, per conto proprio o per conto di terzi, direttamente o indirettamente, di strumenti finanziari cui si riferiscono tali informazioni;
- c) informare i destinatari che è vietato utilizzare tali informazioni, o tentare di utilizzarle, tramite cancellazione o modifica di un ordine già inoltrato concernente uno strumento finanziario cui si riferiscono tali informazioni;
- d) informare i destinatari che, accettando di ricevere le informazioni, hanno l'obbligo di mantenere riservate tali informazioni;

Il Responsabile del sondaggio è tenuto a registrare e conservare tutte le informazioni fornite ai destinatari del sondaggio conformemente alle suddette lettere da a) a d), nonché l'identità dei potenziali investitori ai quali le informazioni sono state comunicate, ivi incluse le persone giuridiche e le persone fisiche che agiscono per conto del potenziale investitore, nonché la data e l'ora di ogni comunicazione. Il Responsabile trasmette tali registrazioni all'Autorità competente su richiesta.

Il Responsabile, prima di ogni sondaggio di mercato, dovrà definire l'elenco dei potenziali investitori che verranno contattati, nonché stabilire il *set standard* di informazioni che dovrà essere utilizzato con tutti i destinatari del sondaggio.

Qualora il sondaggio di mercato dovesse comportare la comunicazione di Informazioni Privilegiate, il *set standard* di informazioni fornite (anche ai fini dei relativi riscontri da parte del potenziale investitore) dovrà includere unicamente le informazioni seguenti nell'ordine indicato⁽³⁾:

- (a) una dichiarazione che precisa che la comunicazione avviene ai fini di un sondaggio di mercato;

(1) Cfr. la "Procedura in materia di gestione delle informazioni rilevanti e privilegiate".

(2) Per la nozione di "Informazione Privilegiata", cfr. nuovamente la "Procedura in materia di gestione delle informazioni rilevanti e privilegiate".

(3) Cfr. art. 3, par. 3 del Reg. n. 960/2016.

- (b) quando il sondaggio di mercato è realizzato mediante linee telefoniche registrate o registrazione audio o video, una dichiarazione indicante che la conversazione è registrata (al fine di acquisire il consenso registrato della persona che riceve il sondaggio di mercato);
- (c) una richiesta rivolta alla persona contattata di confermare che l'interlocuzione ha luogo con la persona incaricata dal potenziale investitore di ricevere il sondaggio di mercato (al fine di acquisire la relativa conferma);
- (d) una dichiarazione che precisa che, se accetta di ricevere il sondaggio di mercato, la persona contattata riceverà informazioni che, a parere del soggetto che comunica le informazioni, costituiscono Informazioni Privilegiate e il riferimento all'obbligo di cui all'art. 11, par. 7, del Reg. n. 596/2014, secondo cui la persona che riceve il sondaggio di mercato è tenuta a valutare autonomamente se viene in possesso di Informazioni Privilegiate;
- (e) se possibile, una stima in ordine al momento in cui le informazioni cesseranno di essere Informazioni Privilegiate, i fattori che possono modificare tale stima e, in ogni caso, le informazioni sul modo in cui la persona che riceve il sondaggio di mercato sarà informata di qualsiasi modifica della stima;
- (f) una dichiarazione che informa la persona che riceve il sondaggio di mercato degli obblighi e divieti di cui all'art. 11, par.4, del Reg. n. 596/2014, sopra riportati;
- (g) la richiesta rivolta alla persona che riceve il sondaggio di mercato di esprimere il consenso a ricevere Informazioni Privilegiate, ai sensi dell'art. 11, par. 4, sopra riportato (al fine di acquisire la risposta fornita a tale richiesta);
- (h) se tale consenso viene rilasciato, le informazioni comunicate ai fini del sondaggio di mercato, con l'indicazione di quelle che vengono considerate Informazioni Privilegiate.

Qualora il sondaggio di mercato non dovesse comportare la comunicazione di Informazioni Privilegiate, il *set standard* di informazioni fornite dovrà includere unicamente le informazioni seguenti nell'ordine indicato ⁽⁴⁾:

- (a) una dichiarazione che precisa che la comunicazione avviene ai fini di un sondaggio di mercato;
- (b) quando il sondaggio di mercato è realizzato mediante linee telefoniche registrate o registrazione audio o video, una dichiarazione indicante che la conversazione è registrata (al fine di acquisire il consenso registrato della persona che riceve il sondaggio di mercato);
- (c) una richiesta rivolta alla persona contattata di confermare che l'interlocuzione ha luogo con la persona incaricata dal potenziale investitore di ricevere il sondaggio di mercato (al fine di acquisire la relativa conferma);
- (d) una dichiarazione che precisa che, se accetta di ricevere il sondaggio di mercato, la persona contattata riceverà informazioni che, a parere del soggetto che comunica le informazioni, non costituiscono Informazioni Privilegiate e il riferimento all'obbligo di cui all'art. 11, par. 7, del Reg. UE n. 596/2014, secondo

⁽⁴⁾ Cfr. art. 3, par. 4 del Reg. n. 960/2016

- cui la persona che riceve il sondaggio di mercato è tenuta a valutare autonomamente se viene in possesso di Informazioni Privilegiate;
- (e) la richiesta rivolta alla persona che riceve il sondaggio di mercato di esprimere il consenso a procedere al sondaggio di mercato (al fine di acquisire la risposta fornita a tale richiesta);
 - (f) se tale consenso viene rilasciato, le informazioni comunicate ai fini del sondaggio di mercato.

Il Responsabile del sondaggio assicura che ad ogni destinatario venga comunicato il medesimo *set* di informazioni in relazione allo stesso sondaggio di mercato.

Quando le Informazioni Privilegiate comunicate nel corso di un sondaggio di mercato cessano di essere tali, il Responsabile del sondaggio, non appena possibile, ne informa per iscritto i destinatari del sondaggio fornendo le seguenti informazioni (di cui conserva un'apposita registrazione secondo il modello allegato *sub* 1 alla presente Procedura):

- (a) l'identità della società che comunica le informazioni;
- (b) l'indicazione dell'operazione oggetto del sondaggio di mercato;
- (c) la data e l'ora del sondaggio di mercato;
- (d) il fatto che le informazioni comunicate hanno cessato di essere Informazioni Privilegiate;
- (e) la data in cui le informazioni hanno cessato di essere Informazioni Privilegiate.

Tale obbligo di comunicazione non si applica se le informazioni sono state comunicate al pubblico in altro modo.

Per ogni sondaggio di mercato, il Responsabile del sondaggio redige un elenco contenente le seguenti informazioni:

- (a) il nome di tutte le persone fisiche e giuridiche alle quali sono state comunicate informazioni nell'ambito del sondaggio di mercato;
- (b) la data e l'ora di ogni comunicazione di informazioni che ha avuto luogo nell'ambito e a seguito del sondaggio di mercato;
- (c) i recapiti delle persone che hanno ricevuto il sondaggio di mercato utilizzati ai fini del sondaggio di mercato.

Il Responsabile del sondaggio redige, altresì, un elenco unico di tutti i potenziali investitori che hanno dichiarato di non voler ricevere sondaggi di mercato (in relazione a tutte o ad alcune tipologie di operazioni), in modo da evitare di contattare tali soggetti nel corso di futuri sondaggi di mercato.

Il Responsabile del sondaggio deve assicurarsi che le registrazioni dei seguenti dati ed elementi informativi siano conservate in formato elettronico, su un supporto durevole, che ne garantisca l'accessibilità e la leggibilità per almeno cinque anni:

- a) le procedure seguite per lo svolgimento dei sondaggi di mercato;
- b) il *set standard* di informazioni stabilito per ogni sondaggio di mercato;
- c) i dati relativi alle persone contattate ai fini dei sondaggi di mercato;
- d) tutte le comunicazioni di informazioni intercorse tra il Responsabile stesso e le persone contattate, compresa l'eventuale documentazione fornita;

- e) le informazioni che hanno consentito di giungere alla conclusione che le informazioni comunicate nel quadro del sondaggio di mercato hanno cessato di essere Informazioni Privilegiate e la relativa notifica.

Il Responsabile del sondaggio deve conservare:

- a) quando la comunicazione di informazioni ha avuto luogo su linee telefoniche registrate, le registrazioni delle conversazioni telefoniche;
- b) quando la comunicazione di informazioni ha avuto luogo per iscritto, una copia della corrispondenza;
- c) quando la comunicazione di informazioni ha avuto luogo nel corso di riunioni oggetto di registrazione video o audio, le registrazioni delle riunioni;
- d) quando la comunicazione di informazioni ha avuto luogo durante riunioni o conversazioni telefoniche non registrate, il verbale o il resoconto scritto delle riunioni o delle conversazioni telefoniche.

Il verbale o il resoconto scritto delle riunioni sono redatti in formato elettronico dal Responsabile del sondaggio coerentemente ai modelli previsti negli Allegati I ⁽⁵⁾ e II ⁽⁶⁾ del Regolamento di Esecuzione (UE) n. 959/2016 (**Reg. n. 959/2016**), e devono essere debitamente firmati sia dallo stesso Responsabile sia dalla persona che riceve il sondaggio di mercato.

Tali documenti devono riportare:

- a) la data e l'ora della riunione o delle conversazioni telefoniche, nonché l'identità dei partecipanti;
- b) le informazioni dettagliate relative al sondaggio di mercato scambiate tra il Responsabile del sondaggio e le persone contattate;
- c) tutta la documentazione e il materiale forniti dal Responsabile alle persone contattate nell'ambito del sondaggio di mercato.

Se entro i cinque giorni lavorativi successivi al sondaggio, il Responsabile e la persona contattata non dovessero raggiungere un accordo sul contenuto del verbale o del resoconto, il Responsabile procederà all'archiviazione sia della versione da lui stesso redatta e firmata, sia della versione predisposta dal destinatario del sondaggio. Se entro cinque giorni lavorativi dopo il sondaggio, la persona che riceve il sondaggio non ha trasmesso al Responsabile la sua versione firmata del verbale o del resoconto scritto, il Responsabile conserverà la sola versione da lui stesso redatta.

Il Responsabile del sondaggio fornisce tutte le registrazioni e i documenti relativi ai sondaggi di mercato alla Consob, qualora quest'ultima lo richieda.

(5) Cfr. "Modello per il verbale e il resoconto scritto di cui all'articolo 6, paragrafo 2, lettera d) del regolamento delegato (UE) 2016/960 quando sono comunicate informazioni privilegiate", allegato sub 2 alla presente Procedura.

(6) Cfr. "Modello per il verbale e il resoconto scritto di cui all'articolo 6, paragrafo 2, lettera d) del regolamento delegato (UE) 2016/960 quando non sono comunicate informazioni privilegiate", allegato sub 3 alla presente Procedura.

Il Responsabile potrà effettuare sondaggi di mercato anche avvalendosi di soggetti terzi, che agiscano per conto della Società. In tal caso, il Responsabile si assicura, tramite appositi accordi contrattuali, che tutte le prescrizioni normative e le disposizioni contenute nella presente Procedura siano rispettate da parte del soggetto cui è stato conferito l'incarico. Restano fermi gli obblighi di conservazione della documentazione relativa a ciascun sondaggio, secondo le modalità previste dalla presente Procedura.

5. Regole da osservare quando si riceve un sondaggio di mercato

Anche il solo ricevimento di sondaggi di mercato comporta l'obbligo di osservare specifiche regole volte, da un lato, a contenere il rischio di divulgazione di informazioni privilegiate e, dall'altro, a fornire alle Autorità competenti gli strumenti adeguati per condurre eventuali indagini ⁽⁷⁾.

Il Responsabile è anche la persona incaricata dalla Società di ricevere sondaggi di mercato condotti da terzi. Il nominativo del Responsabile viene reso disponibile dalla Società ai soggetti interessati a condurre sondaggi di mercato.

Qualora un dipendente o altra persona che svolge un incarico o altra attività per conto della Società dovesse essere contattata, con qualsiasi mezzo, per un sondaggio di mercato, lo stesso dovrà interrompere tempestivamente la comunicazione prima che vengano trasferite informazioni ed invitare la persona che effettua il sondaggio a contattare il Responsabile.

Il Responsabile comunica ai soggetti che effettuano sondaggi di mercato l'eventuale decisione di non essere più contattato in relazione a qualsiasi futura operazione o a particolari tipologie di operazioni.

Il Responsabile deve assicurare che le informazioni ricevute siano comunicate all'interno della Società, su base strettamente confidenziale, ai soli soggetti potenzialmente interessati a valutare l'operazione, sulla base della "*need to know rule*".

Il Responsabile deve controllare il flusso delle informazioni privilegiate all'interno della Società e mantenere traccia scritta dei singoli soggetti che hanno accesso a tali informazioni per ciascun sondaggio di mercato, affinché gli stessi operino in conformità alla normativa.

Fermo restando l'obbligo per la persona che effettua il sondaggio di mercato di comunicare la natura eventualmente privilegiata dell'informazione che intende trasferire, il Responsabile che riceve tale sondaggio dovrà comunque procedere, sulla base di tutte le informazioni a sua disposizione (ivi incluse quelle derivanti da fonti diverse dalla persona che effettua il sondaggio) e con il supporto delle competenti funzioni aziendali ⁽⁸⁾, ad un'autonoma valutazione circa la natura dell'informazione ricevuta.

(7) Cfr. Orientamenti ESMA/2016/1477 del 20 ottobre 2016.

(8) Cfr. la "*Procedura in materia di gestione delle informazioni rilevanti e privilegiate*".

A seguito dell'acquisizione dell'informazione, il Responsabile dovrà, altresì, procedere ad un'autonoma valutazione circa la permanenza o meno della natura privilegiata dell'informazione medesima nel corso del tempo.

Nello svolgere le proprie valutazioni il Responsabile dovrà, in ogni caso, evitare di superare eventuali barriere informative esistenti all'interno della Società a garanzia di una corretta gestione e protezione delle informazioni.

Una volta valutato di essere venuto in possesso di un'informazione privilegiata, il Responsabile dovrà identificare le società emittenti e gli strumenti finanziari ai quali sono collegate le informazioni privilegiate in modo da evitare il compimento di abusi di mercato ⁽⁹⁾.

Laddove, in conformità al Reg. n. 960/2016, la persona che effettua il sondaggio di mercato abbia redatto verbali o resoconti scritti delle riunioni o delle conversazioni telefoniche non registrate, il Responsabile è tenuto, entro cinque giorni lavorativi dal ricevimento del sondaggio, a:

- firmare i suddetti verbali o resoconti, in caso di condivisione del relativo contenuto; ovvero, in caso di mancata condivisione,
- fornire alla persona che effettua il sondaggio la propria versione del verbale del resoconto debitamente firmata.

Il Responsabile è tenuto a conservare, su un supporto durevole che garantisca l'accessibilità e la leggibilità per un periodo pari ad almeno a cinque anni:

- le procedure adottate per la corretta gestione dei sondaggi e per la formazione del personale interessato;
- le notifiche relative alla volontà di non ricevere sondaggi di mercato futuri;
- le valutazioni effettuate circa la natura privilegiata o meno delle informazioni e in ordine agli emittenti e strumenti finanziari collegati alle informazioni stesse;
- un elenco in ordine cronologico, per ciascun sondaggio di mercato, delle persone che hanno avuto accesso alle informazioni.

6. Controllo sul rispetto della Procedura

L'attività di vigilanza sulla corretta applicazione della presente Procedura è demandata agli organi di vigilanza e di controllo della Società, ciascuno dei quali effettuerà i controlli rientranti nel proprio ambito di competenza.

In ogni caso l'Organismo di Vigilanza è destinatario delle informazioni riguardanti casi di inosservanza della presente Procedura.

7. Inosservanza delle regole di comportamento previste dalla Procedura

Ogni condotta assunta dal personale della Società di propria autonoma iniziativa – al

(9) Cfr. in particolare artt. 8 e 10 del Reg. n. 596/2014.

di fuori dell'iter autorizzativo e comportamentale prestabilito dalla presente Procedura – non solo costituisce un'infrazione delle regole aziendali, ma espone al rischio di incorrere in una seria violazione della normativa in materia di abusi di mercato, con le connesse conseguenze a carico dell'agente, ma anche della Società stessa, ivi inclusi i risvolti sanzionatori previsti dall'ordinamento.

In caso di inosservanza della presente Procedura, troveranno applicazione le misure di carattere disciplinare e sanzionatorio presenti nell'ambito del modello di organizzazione, gestione e controllo della Società.

I dipendenti della Società sono anche passibili dei provvedimenti disciplinari irrogabili ai sensi del contratto collettivo nazionale di lavoro loro applicabile.

La Società si riserva in ogni caso la facoltà di rivalersi, nei modi e nei limiti consentiti dalle vigenti disposizioni legislative e regolamentari, nei confronti dei trasgressori, per ogni danno e/o responsabilità che possa ad essa derivare da comportamenti posti in essere in violazione della presente Procedura o della disciplina applicabile.

8. Modifiche e integrazioni alla Procedura

Le eventuali modifiche e/o integrazioni della presente Procedura sono approvate dal Consiglio di Amministrazione, fatte salve le modifiche scaturenti da variazioni della normativa vigente, da variazioni organizzative e dalle prassi di mercato, che richiedano immediata applicazione e non comportino discrezionalità nell'attuazione, che potranno pertanto essere apportate dal Consigliere Delegato con decorrenza immediata per essere poi portate tempestivamente a conoscenza del Consiglio di Amministrazione.

9. Società Controllate

Le società Controllate⁽¹⁰⁾ sono portate a conoscenza della presente procedura e dovranno:

- prendere atto della comunicazione della Società;
- adottare compatibilmente con la propria struttura organizzativa, le proprie dimensioni e la propria attività, adeguate misure per il rispetto della normativa in materia di effettuazione e/o ricevimento di sondaggi di mercato.

(10) Cfr. per la definizione di società controllate la "*Procedura in materia di gestione delle informazioni rilevanti e privilegiate*".

ALLEGATO 1

Modello per la registrazione della comunicazione effettuata a norma dell'articolo 11, paragrafo 6, primo comma, del regolamento (UE) n. 596/2014 per informare la persona che ha ricevuto il sondaggio di mercato del fatto che le informazioni comunicate non sono più informazioni privilegiate

Voce	Testo
i. Identità del partecipante al mercato che comunica le informazioni	<i>Nome completo del partecipante al mercato che comunica le informazioni e della persona che al suo interno fornisce le informazioni e recapito utilizzato per la comunicazione.</i>
ii. Identità della persona che riceve la comunicazione («l'interpellato»)	<i>Nome completo della persona che riceve la comunicazione e recapito utilizzato per la comunicazione.</i>
iii. Data e ora della comunicazione	<i>Data e ora (o ore) della comunicazione indicando il fuso orario.</i>
iv. Indicazione dell'operazione	<i>Informazioni per individuare l'operazione oggetto del sondaggio di mercato. Possono essere informazioni sul tipo di operazione, ad esempio IPO, offerta secondaria, acquisizione, compravendita per blocchi, collocamento privato, aumento di capitale azionario.</i>
v. Data e ora del sondaggio di mercato	<i>Informazioni sulla data e l'ora in cui l'informazione privilegiata è stata comunicata nel quadro del sondaggio di mercato.</i>
vi. Comunicazione del fatto che le informazioni non sono più informazioni privilegiate	<i>Dichiarazione per informare l'interpellato del fatto che le informazioni comunicate non sono più informazioni privilegiate.</i>
vii. Data in cui le informazioni hanno cessato di essere informazioni privilegiate	<i>Data in cui le informazioni comunicate nel quadro del sondaggio di mercato hanno cessato di essere informazioni privilegiate.</i>

ALLEGATO 2

Modello per il verbale e il resoconto scritto di cui all'articolo 6, paragrafo 2, lettera d), del regolamento delegato (UE) 2016/960 quando sono comunicate informazioni privilegiate

Voce	Testo
i. Identità del partecipante al mercato che comunica le informazioni	<i>Nome completo del partecipante al mercato che comunica le informazioni e della persona che al suo interno fornisce le informazioni e recapito utilizzato per la comunicazione.</i>
ii. Identità della persona che riceve la comunicazione («l'interpellato»)	<i>Nome completo della persona che riceve la comunicazione e recapito utilizzato per la comunicazione.</i>
iii. Data e ora della comunicazione	<i>Data e ora (o ore) della comunicazione indicando il fuso orario.</i>
iv. Precisazione della natura della conversazione a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, lettera a), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione della dichiarazione che precisa che la comunicazione è finalizzata a un sondaggio di mercato.</i>
v. Conferma dell'identità dell'interpellato a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, lettera c), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione dell'informazione relativa alla conferma data dall'interpellato del fatto che il partecipante al mercato che comunica le informazioni sta parlando con la persona incaricata dal potenziale investitore di ricevere il sondaggio di mercato.</i>
vi. Precisazione a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, lettera d), del regolamento delegato (UE) 2016/960 del fatto che saranno comunicate informazioni privilegiate	<i>Registrazione della dichiarazione che precisa che, se accetta di ricevere il sondaggio di mercato, l'interpellato riceverà informazioni che, a parere del partecipante al mercato che le comunica, costituiscono informazioni privilegiate e del riferimento all'obbligo di cui all'articolo 11, paragrafo 7, del regolamento (UE) n. 596/2014.</i>
vii. Informazione sulla stima del momento in cui le informazioni cesseranno di essere informazioni privilegiate a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, lettera e), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione dell'eventuale informazione fornita sulla stima del momento in cui le informazioni saranno rese pubbliche o l'operazione sarà avviata, con spiegazione dei motivi per cui la stima potrà variare e del modo in cui l'interpellato sarà informato se i tempi stimati non saranno più validi.</i>
viii. Dichiarazione sugli obblighi dell'interpellato a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, lettera f), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione della dichiarazione che informa l'interpellato degli obblighi che si applicano al possesso di informazioni privilegiate a norma dell'articolo 11, paragrafo 5, primo comma, lettere b), c) e d), del regolamento (UE) n. 596/2014.</i>
ix. Conferma del consenso a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, lettera g), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione dell'informazione relativa al consenso dato dall'interpellato a ricevere informazioni privilegiate a norma dell'articolo 11, paragrafo 5, primo comma, lettera a), del regolamento (UE) n. 596/2014 (domanda e risposta).</i>
x. Comunicazione delle informazioni a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, lettera h), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Descrizione delle informazioni comunicate ai fini del sondaggio di mercato, con indicazione di quelle considerate informazioni privilegiate.</i>

Allegato 3

Modello per il verbale e il resoconto scritto di cui all'articolo 6, paragrafo 2, lettera d), del regolamento delegato (UE) 2016/960 quando non sono comunicate informazioni privilegiate

Voce	Testo
i. Identità del partecipante al mercato che comunica le informazioni	<i>Nome completo del partecipante al mercato che comunica le informazioni e della persona che al suo interno fornisce le informazioni e recapito utilizzato per la comunicazione.</i>
ii. Identità della persona che riceve la comunicazione («l'interpellato»)	<i>Nome completo della persona che riceve la comunicazione e recapito utilizzato per la comunicazione.</i>
iii. Data e ora della comunicazione	<i>Data e ora (o ore) della comunicazione indicando il fuso orario.</i>
iv. Precisazione della natura della conversazione a norma dell'articolo 3, paragrafo 4, lettera a), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione della dichiarazione che precisa che la comunicazione è finalizzata a un sondaggio di mercato.</i>
v. Conferma dell'identità a norma dell'articolo 3, paragrafo 4, lettera c), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione dell'informazione relativa alla conferma data dall'interpellato del fatto che il partecipante al mercato che comunica le informazioni sta parlando con la persona incaricata dal potenziale investitore di ricevere il sondaggio di mercato.</i>
vi. Precisazione a norma dell'articolo 3, paragrafo 4, lettera d), del regolamento delegato (UE) 2016/960 del fatto che non saranno comunicate informazioni privilegiate	<i>Registrazione della dichiarazione che precisa che, se accetta di ricevere il sondaggio di mercato, l'interpellato riceverà informazioni che, a parere del partecipante al mercato che le comunica, non costituiscono informazioni privilegiate e del riferimento all'obbligo di cui all'articolo 11, paragrafo 7, del regolamento (UE) n. 596/2014.</i>
vii. Conferma del consenso a norma dell'articolo 3, paragrafo 4, lettera e), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Registrazione dell'informazione relativa al consenso dato dall'interpellato a procedere al sondaggio di mercato (domanda e risposta).</i>
viii. Comunicazione delle informazioni a norma dell'articolo 3, paragrafo 4, lettera f), del regolamento delegato (UE) 2016/960	<i>Descrizione delle informazioni comunicate ai fini del sondaggio di mercato.</i>