

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO DI BFC MEDIA S.P.A. (BFC AI MEDIA S.P.A.) - PARTE GENERALE

Sommario

1. Premessa e Introduzione

- 1.1 Finalità del Decreto 231 e responsabilità degli enti
- 1.2 BFC Media S.p.A.: profilo aziendale e contesto operativo
- 1.3 Genesi e adozione del Modello 231 in BFC Media

2. Cronistoria Evolutiva della Società (2022–2025)

- 2.1 Evoluzione dell'assetto proprietario e societario
- 2.2 Dal mercato AIM al delisting: trasformazione da società quotata a non quotata
- 2.3 Sviluppo del business e acquisizioni/disinvestimenti rilevanti
- 2.4 Impatti sull'Organizzazione e sul Modello 231

3. Evoluzione del Sistema 231 e di Governance

- 3.1 Rafforzamento del sistema di controllo interno e della compliance
- 3.2 Aggiornamento del Codice Etico e adozione di nuove policy (es. AI Policy)
- 3.3 Nuovi presidi in materia di privacy e sicurezza informatica (NIS2)
- 3.4 Integrazione del sistema 231 con governance e altre funzioni (es. DPO, IT Security)

4. Struttura e Componenti del Modello 231

- 4.1 Elementi costitutivi del Modello: Parte Generale, Parti Speciali e allegati
- 4.2 Mappatura delle attività a rischio reato e principi di controllo
- 4.3 Valori etici e principi di comportamento rilevanti (Codice Etico)
- 4.4 Protocolli operativi e procedure aziendali di prevenzione
- 4.5 Sistema di gestione finanziaria e controlli contabili

5. Organismo di Vigilanza (OdV)

- 5.1 Composizione, nomina e requisiti di indipendenza
- 5.2 Funzioni, poteri e modalità di azione dell'OdV
- 5.3 Flussi informativi verso l'OdV e segnalazioni interne (Whistleblowing)
- 5.4 Verifiche periodiche, reportistica e aggiornamento del Modello

6. Formazione, Diffusione e Applicazione del Modello

- 6.1 Piano di formazione interna sul Modello 231 e sul Codice Etico
- 6.2 Comunicazione del Modello a tutto il personale e ai Partner
- 6.3 Adozione da parte del CdA e impegno dell'alta direzione
- 6.4 Sistema disciplinare e sanzionatorio per violazioni del Modello

7. Aggiornamento e Adeguamento Continuo del Modello

- 7.1 Criteri di aggiornamento (novità legislative, evoluzione organizzativa)
- 7.2 Iter di revisione periodica e approvazione da parte del CdA
- 7.3 Coordinamento con le Linee Guida di settore e best practice

1. Premessa e Introduzione

1.1 Finalità del Decreto 231 e responsabilità degli enti. Il Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231 ha introdotto nell'ordinamento italiano la responsabilità amministrativa degli enti per determinati reati commessi nel loro interesse o vantaggio da soggetti in posizione apicale o da loro sottoposti[1][2]. Tale normativa mira a coinvolgere il patrimonio e l'interesse economico della società nelle conseguenze di reati societari o dei propri esponenti, affiancando la responsabilità dell'ente a quella penale individuale[3]. In base al "Decreto 231", l'ente può essere ritenuto responsabile solo per le fattispecie di reato espressamente elencate negli artt. 24 e ss. D.Lgs. 231/2001 (i "reati presupposto") commesse **nell'interesse o a vantaggio** dell'ente. La società può tuttavia esimersi dalla responsabilità se, **prima** della commissione del reato, ha adottato ed efficacemente attuato un Modello di organizzazione, gestione e controllo idoneo a prevenire reati di quella specie, e se ha istituito un organismo interno di vigilanza sul funzionamento e osservanza del Modello (OdV)[4][5]. In tal caso, ove il reato sia commesso da un soggetto sottoposto all'altrui direzione, l'ente va esente se ha anche provato che non vi è stata **omissione o insufficiente vigilanza** da parte dell'OdV[6].

Il Modello 231 diviene quindi uno strumento chiave di esenzione e mitigazione del rischio penale per l'ente, purché sia costruito e attuato efficacemente secondo i requisiti del Decreto (mappatura dei rischi, protocolli di prevenzione, formazione, sistema disciplinare, etc.)[7][8].

1.2 BFC Media S.p.A.: profilo aziendale e contesto operativo. BFC Media S.p.A. (da fine 2023 denominata **BFC Al Media S.p.A.**) è un gruppo multimediale italiano specializzato nell'informazione finanziaria, lifestyle e tecnologica, attivo nell'editoria tradizionale e digitale. Fondata nel 1995 da Denis Masetti, la società nel tempo è cresciuta fino a diventare una **"Mediatech"** innovativa, ponte tra

tecnologia, contenuti e intelligenza artificiale[9]. Il core business di BFC Media comprende la pubblicazione di testate autorevoli (ad es. **Forbes Italia**, **Bluerating**, **Robb Report**), la produzione di contenuti multimediali (TV, podcast) e l'organizzazione di eventi tematici, con un posizionamento focalizzato sui settori del successo personale, lusso e lifestyle[10]. La sede principale è a Milano e il gruppo conta oltre 40 giornalisti e varie redazioni verticali, gestendo 8 magazine cartacei e digitali, numerosi portali web (oltre 3 milioni di utenti unici/mese) e canali social con un vasto seguito[11][12]. In qualità di prima media company italiana ad aver integrato AI Avatar e interazioni digitali innovative nei propri prodotti[13], BFC Media opera in un contesto digitale avanzato, il che comporta un'elevata attenzione alla **tutela dei dati**, alla **proprietà intellettuale** e alle **sfide etiche** connesse alle nuove tecnologie. La **struttura societaria** di BFC Media fa capo a un gruppo imprenditoriale che, a partire dal 2021, ha visto l'ingresso maggioritario dell'imprenditore Danilo Iervolino, segnando una discontinuità rispetto alla gestione precedente[14]. La società, originariamente quotata sul mercato AIM Italia (Euronext Growth Milan) dal 2015, ha effettuato il **delisting** nel luglio 2023, evolvendo in società non quotata con azionariato concentrato su investitori privati strategici[15][16]. Questo percorso di crescita e trasformazione societaria viene dettagliato nella sezione seguente (cfr. §2), evidenziando i principali eventi 2022–2025 che hanno inciso anche sul sistema di controllo e sul Modello 231.

1.3 Genesi e adozione del Modello 231 in BFC Media. In ottemperanza al D.Lgs. 231/2001 e in linea con le best practice di settore, BFC Media ha scelto di dotarsi di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ("**Modello 231**" o "MOGC") al fine di prevenire la commissione dei reati presupposto nell'esercizio delle sue attività. La prima adozione formale del Modello da parte del Consiglio di Amministrazione è avvenuta con deliberazione del **22 giugno 2022**, cui è seguita la diffusione del Modello in azienda e la contestuale approvazione del **Codice Etico** del Gruppo[17]. Tale iniziativa, avvenuta a pochi mesi dall'ingresso del nuovo azionista di controllo (IDI S.r.l. di Danilo Iervolino) e dall'espansione del perimetro aziendale con acquisizioni strategiche, testimonia la volontà della Società di consolidare fin da subito un robusto sistema di compliance e di governance. L'adozione del Modello 231 è stata preceduta da un'approfondita **analisi dei rischi** potenziali e da una mappatura delle attività sensibili rispetto ai reati 231, con il supporto di metodologie conformi alle Linee Guida di Confindustria. Il Modello 231 di BFC Media è strutturato in una **Parte Generale** (il presente documento), che illustra i principi generali, il sistema organizzativo e di controllo, e le regole di funzionamento del Modello, e in **Parti Speciali** suddivise per categorie di reati rilevanti per la Società (cfr. Doc. 2 – Parte Speciale), contenenti per ciascun gruppo di reati le modalità attuative e i presidi di prevenzione specifici. Il Modello include inoltre alcuni **Allegati** integrativi, tra cui il Codice Etico e le policy collegate, nonché

il sistema disciplinare aziendale. Nel seguito di questa Parte Generale vengono descritte l'evoluzione recente della Società (§2), gli adeguamenti progressivi del sistema 231 e di governance (§3), e i principali elementi costitutivi e operativi del Modello (sezioni successive), garantendo coerenza con gli altri documenti del MOGC e aggiornando i riferimenti normativi fino al 2025.

2. Cronistoria Evolutiva della Società (2022–2025)

2.1 Evoluzione dell'assetto proprietario e societario. Dal 2022 al 2025 BFC Media ha attraversato importanti cambiamenti proprietari e societari, che hanno inciso sulla governance e sul posizionamento strategico. **A fine 2021** il controllo del 51% del capitale è passato dalla precedente proprietà (JD Farrods) alla IDI S.r.l. dell'imprenditore Danilo Iervolino[14], determinando l'ingresso di un nuovo azionista di riferimento con visione di sviluppo tecnologico e multimediale. In seguito a tale passaggio, il fondatore Denis Masetti ha mantenuto inizialmente un ruolo di Presidente fino al luglio 2023, per poi lasciare la carica il **27 luglio 2023** in concomitanza col completamento del riassetto proprietario[14]. **Nel 2022**, a valle dell'acquisizione di nuove attività editoriali (come si dirà oltre), la compagine sociale risultava formata da IDI S.r.l. (51% delle azioni), dall'originario fondatore e altri investitori istituzionali e di minoranza per il restante 49%. **Nel corso del 2023** si è assistito a una ulteriore concentrazione proprietaria: in particolare, a dicembre 2023 la società Alga S.r.l. (ricongruibile al Gruppo Ammaturo) – che in precedenza aveva acquisito una partecipazione del 24,3% di BFC Media S.p.A. – ha ceduto tale quota alla IDI S.r.l., portando quest'ultima a detenere circa il **75,3%** del capitale[18]. Contestualmente, il Gruppo Ludoil (famiglia Ammaturo) ha rilevato dalla stessa BFC Media il 51% di L'Espresso Media srl (veicolo tramite cui BFC controllava la storica testata "L'Espresso")[18]. Queste operazioni incrociate hanno semplificato la struttura del Gruppo, con BFC Media focalizzata sul core business finanziario-lifestyle e Iervolino rafforzato come azionista di maggioranza assoluta. All'**Assemblea straordinaria del 12 luglio 2023**, su proposta degli azionisti di controllo, è stato deliberato all'unanimità il **delisting** della società da Euronext Growth Milan (ex AIM)[19]. Dalla data del **21 luglio 2023** le azioni BFC Media S.p.A. non sono più negoziate su mercati regolamentati[15]; agli azionisti di minoranza è stata offerta la facoltà di cedere le proprie azioni alla Alga S.r.l. a un prezzo concordato (€4,03 per azione) entro il 4 agosto 2023[15]. Tale operazione ha consentito di razionalizzare l'azionariato, riducendo drasticamente il flottante e configurando BFC Media come **società non quotata** a controllo familiare/privato. Nel 2024 e 2025 l'assetto proprietario si è ulteriormente stabilizzato: IDI S.r.l. è rimasto l'azionista di riferimento con una quota ampia (oltre i 3/4 del capitale), mentre eventuali residui azionisti minoritari sono stati progressivamente liquidati o integrati. La Società ha anche avviato il rebranding in **BFC AI Media S.p.A.**,

denominazione che evidenzia l'indirizzo strategico verso l'intelligenza artificiale applicata ai media, e che compare nelle comunicazioni societarie ufficiali dal 2023–2024 (ad es. nel colophon di Forbes Italia[20]). Dal punto di vista **societario**, l'uscita dal mercato borsistico ha comportato il venir meno degli obblighi tipici delle società quotate (trasparenza verso il mercato, organi sociali in conformità a codici di autodisciplina, etc.), ma BFC Media ha comunque mantenuto elevati standard di governance volontaria. Il Consiglio di Amministrazione continua infatti a svolgere il suo ruolo di indirizzo strategico e controllo gestionale, con il supporto del Collegio Sindacale e (per la parte MOGC 231) del rinnovato OdV interno. In sintesi, il triennio 2022–2025 ha visto BFC Media trasformarsi da **public company emergente** in **private company** sotto la guida di un singolo gruppo imprenditoriale, consolidando la propria identità e mission aziendale.

2.2 Dal mercato AIM al delisting: trasformazione da società quotata a non quotata. L'approdo in Borsa nel 2015 aveva rappresentato per BFC Media (allora Blue Financial Communication S.p.A.) un importante passo di crescita e raccolta capitali. Tuttavia, a distanza di alcuni anni, le mutate condizioni di mercato e l'assetto di controllo stabile raggiunto nel 2023 hanno reso meno strategica la permanenza sul listino. La scelta di procedere al **delisting** nel 2023, approvata all'unanimità dagli azionisti[19], si inserisce in un disegno di **riorganizzazione** e focalizzazione del business: fuori dai vincoli borsistici, la Società ha potuto perseguire con maggiore agilità operazioni straordinarie (acquisizioni e cessioni) e investimenti innovativi (es. soluzioni AI proprietarie) per rafforzare la propria leadership di mercato. Dal punto di vista organizzativo, la trasformazione in società non quotata ha implicato alcune variazioni nella **governance interna**: il Consiglio di Amministrazione non è più tenuto a requisiti di indipendenza formale dei consiglieri, ma BFC Media ha comunque mantenuto figure professionali qualificate e ha istituito comitati interni volontari per materie come remunerazione, strategie digitali, ecc. (ove ritenuto opportuno). Permane l'obbligo del controllo legale dei conti, affidato a una società di revisione esterna; inoltre, nonostante il recesso dallo status di emittente quotata, l'azienda continua a seguire principi di trasparenza verso gli stakeholder e a pubblicare informazioni finanziarie periodiche secondo best practice settoriali. In termini di Modello 231, la fine della quotazione ha comportato il **venir meno della rilevanza dei reati di “abuso di mercato” (insider trading e manipolazione del mercato)** ex art. 25-sexies D.Lgs. 231/01, che infatti costituivano una famiglia di reati applicabile solo alle società con strumenti finanziari quotati. BFC Media, già dal momento dell'uscita da AIM, ha provveduto ad aggiornare la propria mappatura dei rischi escludendo tali fattispecie dal novero di quelle concretamente applicabili (fermo restando l'impegno etico a prevenire qualsiasi condotta illecita in ambito informativo/finanziario). Per contro, la Società ha potuto concentrare maggiormente l'attenzione su altri profili di rischio più

pertinenti alla sua operatività attuale, come ad esempio i reati fiscali e societari, i reati informatici e la tutela della proprietà intellettuale (contenuti multimediali), nonché i reati verso la Pubblica Amministrazione connessi alla possibile fruizione di contributi pubblici editoriali o alla partecipazione a bandi per progetti culturali.

2.3 Sviluppo del business e acquisizioni/disinvestimenti rilevanti.

Parallelamente alle evoluzioni proprietarie, BFC Media ha continuato ad espandersi e a ridefinire il proprio perimetro di attività. **Nel 2022** la Società ha perfezionato l'importante acquisizione della testata storica **L'Espresso** (settimanale d'inchiesta fondato da Benedetti e Scalfari) dal Gruppo GEDI[21], attraverso la newco L'Espresso Media S.r.l. controllata congiuntamente (51% BFC, 49% IDI). Tale operazione – conclusa formalmente il 1° luglio 2022[21] – ha segnato l'ingresso di BFC nel settore dell'informazione generalista e politica, ampliando il portafoglio editoriale accanto a Forbes e alle altre testate finanziarie. Contestualmente, sempre nel 2022, BFC Media ha lanciato nuovi progetti multimediali come l'espansione di **BFC TV** (canale finance 24h) e la produzione di podcast originali, rafforzando la propria impronta digitale. **Nel 2023** il focus strategico si è spostato: da un lato BFC ha ceduto alcune attività non core (ad esempio il brand “Bike” legato alla mobilità smart, venduto a Tiscali Italia SpA[22]), dall'altro ha investito nel rilancio de L'Espresso con nuovi prodotti (es. la guida “I 1000 Vini d'Italia” e il sito rinnovato[23]). A metà 2023 BFC Media ha deciso di **disinvestire** dal settore news politico: a dicembre 2023, come anticipato, è stata infatti finalizzata la **cessione del controllo di L'Espresso Media** al Gruppo Ludoil Energy (Ammaturo), con contestuale aumento della partecipazione di Iervolino in BFC Media[18]. Ciò ha permesso di concentrare le risorse sui segmenti di mercato originari (business, luxury, lifestyle) nei quali il Gruppo detiene leadership. **Nel 2025** BFC Media ha ripreso la crescita per linee esterne nel suo core business: emblematico è l'acquisto, a settembre 2025, delle riviste specializzate **Nautica** e **Superyacht**, testate di riferimento nel settore nautico di lusso[24]. Con questa acquisizione – dai fondatori Sonnino Sorisio – il Gruppo ha ulteriormente ampliato il proprio pubblico nel segmento lifestyle di alto profilo, integrando contenuti su yachting e motonautica e confermando la strategia di presidiare i settori rappresentativi del *Made in Italy* tramite piattaforme premium multi-canale[25]. In parallelo, BFC ha continuato ad alimentare partnership di prestigio (come l'accordo con Penske Media Corporation per l'edizione italiana di **Robb Report**, avviata già nel 2021) e a sviluppare prodotti innovativi (eventi *phygital*, soluzioni di **AI applicata** ai contenuti, ecc.). L'evoluzione del business nel periodo 2022–25 ha dunque comportato una **diversificazione controllata**: dopo un breve allargamento nell'informazione generalista, la Società ha ricalibrato il proprio perimetro tornando a focalizzarsi su settori ad alta redditività e sinergici (finanza personale, lifestyle, tecnologia). Ogni acquisizione o cessione rilevante è stata valutata anche sotto il **profilo dei rischi**

231: per esempio, l'integrazione delle nuove redazioni ha richiesto l'estensione del Modello 231 ai nuovi rami (formazione del personale de L'Espresso sul Codice Etico, valutazione dei rischi specifici di quel business), mentre la cessione di asset ha ridotto taluni rischi (es. con l'uscita dal settore news generiche, sono diminuiti i rischi di reati di diffamazione o violazione della privacy editoriali – pur non essendo questi reati ricompresi direttamente nel D.Lgs.231, rappresentavano comunque ambiti di attenzione per la compliance complessiva).

2.4 Impatti sull'Organizzazione e sul Modello 231. I cambiamenti sopra descritti hanno generato una **rimodulazione dell'organizzazione interna** e richiesto opportuni adeguamenti del sistema di controllo e del Modello 231. In particolare: (i) la crescita dimensionale e la diversificazione delle attività (L'Espresso, Nautica, etc.) hanno portato la Società a **ridefinire la propria struttura organizzativa**, creando nuove divisioni o unità operative (es. Divisione Nautica) e rafforzando funzioni centrali come l'IT, il Legal & Compliance e il Controllo di Gestione per supportare le nuove realtà; (ii) l'uscita dalla borsa ha semplificato alcuni processi amministrativi e di reporting, consentendo di riallocare risorse di controllo su altri fronti di rischio (ad es. cybersecurity, protezione IP); (iii) la presenza di un azionista di controllo stabile ha favorito decisioni rapide nell'investire in **sistemi di compliance** più evoluti: in particolare dal 2022 al 2025 BFC Media ha **potenziato l'Internal Audit** (con personale dedicato o outsourcing specializzato) e ha istituito la figura del **Data Protection Officer (DPO)** per assicurare la conformità alla normativa privacy nell'era dei big data. Il Modello 231 è stato oggetto di **aggiornamenti periodici**: un primo aggiornamento a giugno 2023, approvato dal CdA, per recepire sia i **nuovi reati presupposto** introdotti dal legislatore (es. reati informatici e di copyright ampliati dalla L.93/2023, reati contro il patrimonio culturale ex L.137/2023) sia la nuova disciplina sul **whistleblowing** (D.Lgs. 24/2023) integrando procedure di segnalazione protetta; un successivo aggiornamento nel 2024, in concomitanza con la riorganizzazione post-delisting, per rifinire la mappa dei rischi e i protocolli di controllo in coerenza col nuovo assetto (es. riduzione dell'area "abusi di mercato" e introduzione di misure rafforzate su *IT security* in linea con la Direttiva NIS2). L'Organismo di Vigilanza ha accompagnato tali evoluzioni intensificando il monitoraggio in fase di transizione (ad es. effettuando audit mirati nelle redazioni acquisite e nei nuovi processi digitali). Complessivamente, il triennio in esame ha rappresentato per BFC Media un banco di prova del Modello 231, che ha dimostrato **flessibilità e dinamicità** nell'adeguarsi ai mutamenti aziendali: non un mero adempimento statico, ma un sistema vivo, integrato nella gestione e capace di evolvere per continuare a prevenire efficacemente i rischi-reato rilevanti.

3. Evoluzione del Sistema 231 e di Governance

3.1 Rafforzamento del sistema di controllo interno e della compliance.

All'interno del più ampio disegno di governance aziendale, BFC Media ha posto particolare enfasi sul potenziamento del **sistema di controllo interno** nel periodo 2022–2025. Ciò è avvenuto attraverso diverse iniziative coordinate: in primo luogo, la formalizzazione di un **piano di internal audit** annuale focalizzato sulle aree a rischio 231 (e su ulteriori aree di compliance, come privacy e qualità dei dati), con report periodici al management e all'OdV. In secondo luogo, la definizione di **policy e procedure operative** più dettagliate a presidio dei processi sensibili: ad esempio, sono state emesse procedure interne per la gestione dei rapporti con la Pubblica Amministrazione (per normare, tra l'altro, la richiesta di patrocini o contributi pubblici, la gestione degli omaggi e sponsorizzazioni, etc.), procedure per il controllo dei flussi finanziari (doppia firma sui pagamenti, segregazione dei compiti tra chi autorizza e chi esegue), nonché procedure per la **due diligence** etica su fornitori e partner commerciali. Tali protocolli – elaborati in coerenza con le Linee Guida Confindustria – mirano a prevenire concretamente i comportamenti illeciti nei settori esposti. Un altro tassello è stata la creazione di un **Compliance Management System** integrato: la Società ha infatti unificato sotto una regia comune le attività di conformità normativa (231, privacy, sicurezza sul lavoro, antiriciclaggio dove applicabile), nominando un responsabile compliance che funge da interfaccia sia per l'OdV sia per gli organi sociali. Questo ha migliorato il coordinamento e lo scambio di informazioni tra l'OdV e altre funzioni di controllo (Collegio Sindacale, Revisione interna, DPO), riducendo i rischi di **silos** informativi. A livello di governance, l'ingresso del nuovo azionista ha portato anche a un **rinnovamento culturale**: si è diffusa in azienda una maggiore consapevolezza dell'importanza della compliance, vista non solo come vincolo ma come fattore di sostenibilità e reputazione. Il CdA, su impulso della nuova proprietà, ha sostenuto pienamente le iniziative di aggiornamento del Modello 231 e ha richiesto periodicamente relazioni sullo stato di attuazione, dando un segnale chiaro di *tone at the top*. In sintesi, il sistema di controllo interno di BFC Media è stato reso più robusto e proattivo, allineandolo agli standard di società di dimensioni maggiori, in anticipo rispetto a molte normative (ad es. la predisposizione di presidi già in linea con la futura NIS2, come si vedrà oltre).

3.2 Aggiornamento del Codice Etico e adozione di nuove policy (es. AI Policy). Il **Codice Etico** del Gruppo BFC Media – documento cardine che esprime i valori e i principi di condotta cui devono attenersi tutti i destinatari (amministratori, dipendenti, collaboratori, fornitori) – è stato oggetto di revisione ed evoluzione nel periodo considerato, in parallelo con le vicende societarie. La versione originaria

del Codice, approvata nel 2022 insieme al Modello 231, è stata aggiornata nel **2023** per riflettere le mutate esigenze e sensibilità emerse: in particolare, sono stati integrati riferimenti espliciti ai principi di **diversità e inclusione**, al **rispetto della dignità della persona** (prevenzione di molestie e discriminazioni, in linea anche con i nuovi reati contro la libertà personale introdotti nella normativa), nonché un rafforzamento dei principi di **integrità nell'informazione** (dato il core business editoriale, viene ribadito l'impegno a non diffondere informazioni false o ingannevoli e a rispettare i diritti di proprietà intellettuale di terzi). Inoltre, il Codice Etico aggiornato sancisce la volontà di BFC Media di **sviluppare e utilizzare l'Intelligenza Artificiale in modo etico e responsabile**, anticipando i principi del futuro regolamento UE sull'AI: si vieta, ad esempio, l'uso di algoritmi per finalità manipolative, discriminatorie o in violazione della privacy, e si promuove la trasparenza nell'uso di contenuti generati da AI. A supporto di questi principi generali, nel 2024 la Società ha formalizzato una **Policy Aziendale sull'Intelligenza Artificiale ("AI Policy")**, che fornisce linee guida operative per l'uso interno di tool di AI generativa e per lo sviluppo di prodotti mediatech con AI. Tale Policy IA – condivisa con tutto il personale attraverso specifiche sessioni formative – stabilisce ad esempio i criteri per valutare i dataset utilizzati dall'AI onde evitare violazioni di copyright o trattamento illecito di dati personali, definisce i casi in cui è obbligatorio l'intervento umano in decisioni automatizzate (per prevenire bias algoritmici) e prevede un processo di approvazione preventiva da parte del management/DPO per i progetti AI più critici. Questo presidio innovativo fa di BFC Media un soggetto all'avanguardia nella **self-regulation sull'AI**, integrando il Modello 231 con un ulteriore strumento volontario di controllo su possibili rischi emergenti non ancora tipizzati come reato ma potenzialmente generatori di impatti legali o reputazionali (ad es. violazione di diritti d'autore mediante AI, cfr. §3.3). Accanto alla AI Policy, sono state emanate altre policy mirate: una **Policy Privacy** rinnovata nel 2023 che recepisce le ultime linee guida GDPR e l'espansione dei servizi digitali (garantendo per es. che le attività di marketing e profilazione degli utenti online siano svolte con base giuridica adeguata e trasparenza verso gli interessati); una **IT Security Policy** aggiornata nel 2024, coerente con i nuovi standard della Direttiva NIS2, che definisce gli standard minimi di sicurezza informatica da adottare in azienda (uso di autenticazione forte, crittografia, piani di incident response). Tutte queste policy sono considerate parte integrante del sistema di controlli preventivi del Modello 231, pur avendo ambito più ampio (comprendono sia aspetti penalmente rilevanti sia di compliance generale). Il Modello prevede espressamente che la violazione delle suddette policy possa costituire violazione del Modello stesso, sanzionabile disciplinarmente, in quanto mina l'efficacia dei presidi di prevenzione.

3.3 Nuovi presidi in materia di privacy e sicurezza informatica (NIS2).

L'accelerazione digitale di BFC Media e il crescente impiego di dati e tecnologie

hanno reso cruciale un rafforzamento dei presidi di **data protection** e **cybersecurity**. Sul fronte **privacy**, oltre alla nomina di un **DPO** interno (figura con compiti di sorveglianza e consulenza sul rispetto del GDPR), la Società ha implementato un sistema strutturato di gestione dei dati personali: registro dei trattamenti aggiornato, valutazioni di impatto (DPIA) per i nuovi progetti (es. piattaforma di newsletter e tracking utenti), procedure di data breach management. Queste misure, sebbene attuative del GDPR e non direttamente collegate a reati 231 (poiché la violazione privacy non è un reato presupposto), contribuiscono a mitigare il rischio di commissione di **reati informatici** o di **violazione di segreti** in ambito digitale, creando una cultura aziendale di attenzione alla sicurezza delle informazioni. In materia di **sicurezza IT**, BFC Media ha progressivamente adottato gli standard e le best practice che saranno resi obbligatori dalla **Direttiva UE NIS2** (recepita in Italia col D.Lgs. 138/2024[26]): è stata condotta una valutazione dei rischi informatici aziendali e attuato un piano di adeguamento con misure tecniche e organizzative proporzionate (es. segmentazione della rete, sistemi avanzati di backup, monitoraggio continuo delle minacce). La Società ha individuato un **Cybersecurity Manager** e formalizzato procedure di **incident response** e notifica di eventuali incidenti di sicurezza, in linea con quanto richiesto dalla normativa NIS2 (che impone tempistiche stringenti di comunicazione agli CSIRT/autorità competenti in caso di incidenti rilevanti[27]). Pur non essendo BFC Media necessariamente classificata tra i soggetti “essenziali” NIS2 (in quanto media company non critica), l’azienda ha scelto di agire *come se lo fosse*, per tutela del proprio business digitale e per poter offrire garanzie di resilienza ai partner e al pubblico. Tale robustezza nei sistemi informatici ha anche risvolti diretti sul Modello 231: la robustezza delle misure tecniche riduce la probabilità di successo di attacchi informatici e dunque di commissione di reati come accessi abusivi o danneggiamenti di sistemi (art. 24-bis); il monitoraggio continuo consente di **individuare tempestivamente vulnerabilità** e porvi rimedio, evitando che possano essere sfruttate da dipendenti infedeli per commettere illeciti informatici. Inoltre, l’OdV ha accesso alle informazioni sintetiche sulle misure di cybersecurity adottate e sugli incidenti occorsi (cfr. flussi informativi), potendo così valutare se il livello di sicurezza è coerente con la prevenzione dei reati. BFC Media partecipa attivamente a workshop e corsi specialistici su 231 e cybersecurity per mantenere aggiornato il proprio sistema: ad esempio, nel 2025 alcuni membri dell’OdV e dell’IT hanno seguito un corso integrato su NIS2 e reati informatici 231, evidenziando le sinergie tra i due ambiti[28]. In conclusione, grazie a questi nuovi presidi privacy-IT, la Società si è dotata di un **ecosistema di controllo integrato** (231–GDPR–NIS2) che rafforza complessivamente la capacità di prevenzione e gestione dei rischi legali nell’era digitale[29].

3.4 Integrazione del sistema 231 con governance e altre funzioni. Un elemento caratterizzante dell'evoluzione di BFC Media è l'**integrazione orizzontale** del Modello 231 nel più ampio sistema di governance e gestione aziendale. Il MOGC non viene più percepito come un corpo estraneo di regole, ma è entrato a far parte dei normali processi decisionali e operativi. Ad esempio, il **processo di pianificazione strategica** tiene conto delle implicazioni 231: nella valutazione di nuovi business o partnership, la Direzione include un'analisi dei potenziali rischi penali e delle contromisure necessarie (in consultazione con OdV e funzione legale). Il **sistema di deleghe e procure** societarie è stato rivisto per assicurare coerenza con il Modello: le procure conferite tengono conto delle attività sensibili (evitando che un solo soggetto concentri poteri in aree ad alto rischio senza adeguati contrappesi) e le job description dei dirigenti includono responsabilità in materia di rispetto del Codice Etico e segnalazione all'OdV. Inoltre, le **riunioni periodiche** di alta direzione prevedono ora all'ordine del giorno anche temi di compliance: il CEO e il CFO relazionano almeno trimestralmente al CdA su eventuali criticità rilevate, azioni disciplinari intraprese per violazioni, e suggerimenti dell'OdV. Dal 2024 è stato creato un **Compliance Committee** interno (informale), composto da OdV, DPO, HR Manager e Legal, che si riunisce semestralmente per esaminare in ottica integrata gli aspetti di compliance trasversali (231, privacy, lavoro, ecc.) e riferisce le proprie conclusioni al vertice. Questa integrazione facilita l'**aggiornamento continuo** del Modello: le novità normative o organizzative vengono intercettate prontamente e tradotte in proposte di modifica al MOGC, evitando che resti statico. Un esempio è stata la rapida implementazione delle tutele whistleblowing: non appena è stato emanato il D.Lgs. 24/2023 a tutela dei segnalanti, il Comitato Compliance e l'OdV hanno predisposto una procedura ad hoc e il CdA ha approvato l'aggiornamento del Modello includendo una sezione dedicata alle segnalazioni e al divieto di ritorsioni[30]. Allo stesso modo, l'OdV è stato coinvolto nella definizione della già citata AI Policy, per assicurare che tenesse conto di possibili rilievi penalistici. Sul versante del **sistema disciplinare**, la funzione HR e l'OdV collaborano strettamente: ogni violazione delle regole 231 o del Codice Etico dà luogo a provvedimenti disciplinari proporzionati, sino al licenziamento per giusta causa nei casi più gravi (soprattutto se a violare sono soggetti apicali o se la condotta espone realmente l'ente a rischio di sanzione). Sono state introdotte sanzioni specifiche per atti di **ostacolo o ritorsione verso i whistleblower**, in ottemperanza a quanto previsto dal D.Lgs. 24/2023[30]. Tali misure rafforzano la credibilità del Modello, dimostrando che l'azienda *dà seguito concreto* ai principi enunciati punendo comportamenti scorretti. In sintesi, il Modello 231 di BFC Media, al 2025, è pienamente **integrato nel "DNA" aziendale**: esso dialoga con gli altri sistemi (governo societario, gestione rischi, compliance privacy/security), gode del supporto convinto del top management e costituisce parte integrante del controllo di gestione e della cultura

aziendale. Questo approccio integrato garantisce una **coerenza sistemica** tra il MOGC e gli altri documenti del corpus normativo interno (9 documenti correlati, tra policy e regolamenti), evitando sovrapposizioni o contraddizioni e promuovendo un linguaggio tecnico-giuridico uniforme in tutto il Gruppo.

Segue nelle sezioni documentali successive la descrizione dettagliata della Struttura del SISTEMA 231 costituito dai seguenti documenti:

Doc. 1: Parte generale
Doc. 2: Parte speciale
Doc. 3: Glossario
Doc. 4: Codice etico
Doc. 4.1: Policy aziendale sull'intelligenza artificiale (IA)
Doc. 4.2: Policy privacy e tutela dati personali – IA
Doc. 5: Elenco reati presupposto
Doc. 6: Organigramma funzionale
Doc. 6.1: Tabella
Doc. 7: Codice di prevenzione delle infiltrazioni criminali
Doc. 8: Mappatura aree di rischio
Doc. 8.1: Tabella mappatura aree di rischio
Doc. 9: Codice disciplinare
Doc. 10: Sistema dei flussi informativi verso l'ODV.
