	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

1. OBJETIVO

A presente Política de Patrocínio (“Política”) tem como objetivo dar transparência e formalizar as diretrizes do Grupo Fleury para a escolha dos parceiros que poderão receber apoio institucional em forma de patrocínio.

2. ABRANGÊNCIA

Esta Política é aplicável a todas as áreas, colaboradores, médicos, terceiros e fornecedores do Grupo Fleury ou a quem vier atuar em seu nome.

3. REFERÊNCIAS

Código de Conduta do Grupo Fleury

Política de Integridade

Política de Contratos


ITR_SUP_0009 – Cadastro de Fornecedores

4. DEFINIÇÕES

Grupo Fleury – É a empresa Fleury S.A. e todas as suas empresas coligadas e controladas.

Incentivo Fiscal – Garante a possibilidade de redução de pagamento do Imposto de Renda devido por empresas que pagam imposto calculado sobre o lucro real. Algumas das leis aplicáveis a patrocínios, doações e incentivos fiscais são:

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 1 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

Investimento social privado – É o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Estão incluídos neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias, comunidades ou indivíduos.

Patrocinada – É a pessoa jurídica que obtém a aprovação do seu projeto e recebe o patrocínio.

Patrocínio – Apoio financeiro concedido a projetos de terceiros, com o objetivo de incentivar a cultura, os esportes e ações sociais, divulgar atuação, fortalecer posicionamento, agregar valor à marca, incrementar vendas, ou ampliar relacionamento e reconhecimento da companhia junto aos seus públicos de interesse.

Proponente – É a pessoa jurídica que solicita patrocínio.

Projeto – É a descrição detalhada das ações que serão realizadas com início e término definidos, e que, para concessão de patrocínio, obedece às exigências e às orientações do Grupo Fleury.


5. DIRETRIZES

O Grupo Fleury proporciona a oportunidade de que qualquer entidade, empresa e ou colaborador solicite o patrocínio do grupo, conforme diretrizes descritas na presente Política.

5.1 Segmentos patrocinados pelo Grupo Fleury

a) Cultural

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 2 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

Projetos de interesse público, que contemplem a cultura brasileira em toda a sua diversidade étnica e regional, buscando ampliar o acesso ao público a acervos da cultura brasileira e contribuindo para a formação de públicos, talentos e técnicos para o setor, fomentando iniciativas educacionais no âmbito da produção cultural.

O segmento cultural tem como base legal, a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/1991), mais conhecida como Lei Rouanet, a qual possibilita que pessoas físicas e jurídicas destinem uma parte do imposto de renda devido para ações culturais.

b) Esportivo

Projetos esportivos que promovam e estimulem as atividades coletivas, bem como, viabilizem o bem-estar em comunidade, família e amigos.

O segmento esportivo tem como base legal, a Lei Federal de Incentivo ao Desporto (Lei nº 11.438/2006), a qual prevê a possibilidade de pessoas físicas e jurídicas destinarem uma parcela do imposto de renda devido em benefício de projetos desportivos elaborados por entidades do setor.

c) Educacional

Projetos educacionais, voltados ao complemento escolar e ao desenvolvimento humano, em prol da melhoria de temas relacionados à saúde e qualidade de vida.


d) Saúde

Projetos com a finalidade de canalizar recursos para a prevenção e combate a doenças.

e) Ambiental

Projetos que promovam a mitigação dos impactos ambientais e sustentabilidade.

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/2015	Página 3 de 10
-----------------------------------	---	---------------	--------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

f) Social

Projetos que promovam o bem estar, a qualidade de vida e desenvolvimento social da comunidade.

g) Investimento Social Privado


Projetos de Investimento Social Privado que abarquem um ou mais segmentos/iniciativas descritas acima.

5.2 Projetos patrocinados pelo Grupo Fleury

O Grupo Fleury patrocina projetos que atendam as características abaixo:

- Somente projetos realizados em cidades brasileiras atendidas pelo Grupo Fleury, ou cidades em que há prospecção de inserção da marca;
- Projetos que contenham potencial para adequada divulgação da marca do Grupo Fleury, com ações que intensifiquem o reconhecimento da marca e/ou agreguem novas dimensões a ela;
- Projetos que tenham a possibilidade de promover, reforçar e construir novos relacionamentos com públicos estratégicos;
- Projetos que promovam a saúde, qualidade de vida e bem-estar;
- Projetos que promovam o desenvolvimento humano, a educação e a autoestima da comunidade atingida;

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 4 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCINIO
---	--------------------------	----------------------------------


- Projetos que promovam a igualdade de gênero e as diversidades étnica e cultural;
- Projetos que promovam a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável; e
- Projetos que atendam o interesse coletivo da comunidade.

5.3 Projetos não patrocinados pelo Grupo Fleury

O Grupo Fleury não patrocina:

- Projetos ou materiais que forem considerados ofensivos e/ou vulgares;
- Projetos de cunho político-partidário e/ou religioso;
- Projetos que incentivem o uso de drogas e bebidas alcoólicas;
- Projetos que sejam ligados a jogos de azar ou especulativo;
- Projetos que explorem trabalho infantil, degradante ou escravo;
- Projetos com baixa abrangência e/ou limitação aos públicos de interesse;
- Projetos de pessoas físicas;
- Projetos que incentivem qualquer forma de violência;

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 5 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

- Projetos que não estejam alinhados com os valores da companhia;
- Projetos que causem ou possam vir a causar impacto negativo ao meio ambiente;
- Possam ferir direitos de minorias;
- Projetos que prejudiquem fisicamente animais;
- Proponentes que cometerem qualquer tipo de fraude;
- Proponentes que estão com prestação de contas de projetos sob sua responsabilidade em atraso ou com pendências junto aos órgãos de cultura; e
- Proponentes que apresentem débitos junto à empresa ou esteja em situação de instalação irregular.


5.4 Diretrizes gerais para a concessão do Patrocínio

O patrocinado deverá ser o único responsável pela autoria do projeto, inclusive na esfera judicial, no caso de qualquer questionamento que diga respeito à autoria do projeto.

Os projetos selecionados não deverão ser patrocinados por quaisquer concorrentes diretos ou indiretos do Grupo Fleury, exceto em casos autorizados, formalmente, pela área de Marketing e pelas áreas, diretamente e indiretamente, envolvidas na concessão do patrocínio.

Os limites de alçada para essa aprovação devem respeitar os limites de alçadas definidos pela organização.

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 6 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

5.5 Fonte dos recursos utilizados

Os recursos utilizados pelo Grupo Fleury para a concessão de patrocínios podem ser oriundos de verba própria prevista no orçamento anual pelas áreas de Marketing, em conjunto, com as áreas de negócios, bem como Incentivos Fiscais, caso seja viável. As peças de comunicação produzidas para a divulgação dos projetos patrocinados deverão conter informação sobre a fonte dos recursos utilizados.

Caberá, única e exclusivamente, ao proponente a responsabilidade pela captação dos demais recursos necessários à concretização do projeto, caso o apoio financeiro incentivado que venha a ser dado, seja inferior ao valor total do orçamento.


5.6 Avaliação, qualificação e aprovação do Projeto

Cabe ao Departamento de Marketing, subordinado à Diretoria de Marketing, Relações Institucionais e Relacionamento com Clientes, verificar se as propostas atendem a todos os requisitos descritos na presente Política e, se necessário, deverá avaliar os projetos com as demais áreas corporativas do Grupo Fleury. Após verificação, todas as propostas serão submetidas à aprovação do Diretor de Marketing.

O processo de decisão deve ser tomado de forma compartilhada com o diretor de negócios e de regionais.

Dentre as áreas relacionadas, a área de Compliance, obrigatoriamente, deverá ser acionada no caso de dúvidas acerca da idoneidade e veracidade do projeto e/ou do proponente ou se a concessão do patrocínio caracterizar condutas previstas e não toleradas pelo Grupo Fleury, nos termos do Código de Conduta e da Política de Integridade. Nestes casos, caberá à área de Compliance analisar o caso concreto e, se necessário, encaminhá-lo para aprovação do Comitê de Ética e Conduta.

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/2015	Página 7 de 10
-----------------------------------	---	---------------	--------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCINIO
--	--------------------------	----------------------------------

A seleção do Projeto não implica na sua aprovação pelo valor solicitado. O Grupo Fleury se reserva o direito de decidir o valor do aporte destinado a cada projeto, conforme as contrapartidas oferecidas e negociação entre as partes.

5.7 Contrato

Todo patrocínio financeiro será concedido mediante contrato firmado entre o patrocinado e o Grupo Fleury, ressaltando as obrigações e direitos de ambas as partes, bem como as formas de adiantamento e pagamento. O contrato a ser formalizado deverá seguir os padrões e conter os requisitos mínimos exigidos pelo Departamento Jurídico do Grupo Fleury.

Todo contrato de patrocínio estabelecido pelo Grupo Fleury deve prever o direito de auditar a destinação das verbas e a efetiva realização do projeto.

5.8 Pagamento


Os recursos financeiros concedidos serão depositados no prazo informado pelo Grupo Fleury ao proponente, após recebimento e aprovação de toda a documentação solicitada, na conta corrente específica, vinculada ao projeto selecionado.

5.9 Comprovante da concessão do patrocínio (recibo)

Este documento deverá ser emitido e enviado pelo proponente após o pagamento realizado pelo Grupo Fleury.

5.10 Prestação de contas e monitoramento das ações realizadas

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 8 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

A prestação de contas é a comprovação de que os recursos previstos tiveram boa e regular aplicação, portanto, deve-se evidenciar que os recursos foram utilizados, conforme previsto e planejado. Desta forma, o patrocinado deverá encaminhar ao Departamento de Marketing, evidências sobre as ações realizadas, com um breve relato das atividades desenvolvidas.

O Grupo Fleury se reserva o direito de realizar verificações *in loco* ou através de outras evidências de que a aplicação dos recursos ocorreu de maneira adequada e que as contrapartidas oferecidas estão sendo cumpridas.

6 RESPONSABILIDADES

6.1 Diretoria Executiva

- Aprovação e deliberação das verbas destinadas para ações que envolvem o patrocínio conforme descrito na presente Política.
- Aprovação dos contratos para os patrocinados após a elaboração realizada pelo Departamento Jurídico.


6.2 Diretoria de Negócios e de Regionais e Diretoria de Marketing

- Aprovação em conjunto das iniciativas que envolvem o patrocínio conforme descrito na presente Política.

6.3 Departamento de Marketing

- Verificar as solicitações de patrocínio, contatar proponentes, esclarecer dúvidas e avaliar se as mesmas estão de acordo com a presente Política.
- Verificar no local do evento ou através de outras evidências concedidas pelo patrocinado se as condições exigidas em contrato ocorreram de maneira adequada.

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 9 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-------------------

	Código POLI_MKT_00002	Título POLÍTICA DE PATROCÍNIO
---	--------------------------	----------------------------------

6.4 Departamento Jurídico

- Elaboração de contratos para os patrocínios a serem realizados pelo Grupo Fleury.

6.5 Compliance

- Analisar casos concretos e situações que possam gerar dúvidas acerca da idoneidade do proponente e/ou seus projetos e encaminhar as exceções para a aprovação do Comitê de Ética.

6.6 Patrocinado

- Assegurar que os projetos serão realizados, conforme proposta inicial do projeto; e
- Enviar comprovante de patrocínio e prestar contas das atividades desenvolvidas em parceria com o Grupo Fleury.

7 ANEXOS

Não aplicável.

Elaborado por William Malfatti	Aprovado por Carlos Alberto Iwata Marinelli	Versão 1.0	Data 23/12/201 5	Página 10 de 10
-----------------------------------	---	---------------	------------------------	-----------------------