

Corporate Citizenship and Philanthropy Policy

Sommario

1. Premessa.....	2
2. Definizione e classificazioni.....	2
3. Principi guida e modalità operative	3
3.1. Principi guida	3
3.2. Modalità operative.....	5
4. Monitoraggio e comunicazione	6

1. Premessa

Il Gruppo Prysmian, come dichiarato all'interno della propria Politica di Sostenibilità, si impegna a contribuire allo sviluppo socio-economico delle comunità in cui opera, consapevole degli effetti che il proprio business ha nei confronti dei Paesi e delle economie in cui svolge le proprie attività. Pertanto, ha deciso di dotarsi di una policy riguardante tutti gli interventi indirizzati al soddisfacimento dei bisogni delle comunità o delle collettività, in linea con la vision, la mission, i valori, il Codice Etico e le Politiche poste in essere dal Gruppo.

L'obiettivo di questa policy è definire regole comuni e condivise all'interno di tutte le Società del Gruppo Prysmian per l'individuazione di attività di *corporate citizenship and philanthropy* che siano correlate alle attività di business del Gruppo. Le suddette attività sono implementate nell'ambito del Piano di Sostenibilità definito dal Gruppo al fine di identificare priorità, obiettivi e azioni concrete mirate a soddisfare i target che costituiscono la Sustainability Scorecard del Gruppo Prysmian.

2. Definizione e classificazioni

Il Gruppo Prysmian ha deciso di adottare le indicazioni del London Benchmarking Group¹ con riferimento alla definizione da adottare per "Investimento a sostegno della comunità":

"Spesso le aziende si impegnano in attività che possono avere un impatto positivo sulla società, contribuendo a sostenere organizzazioni e associazioni per aiutare ad affrontare problematiche sociali nell'ambito delle comunità in cui operano. [...] Questo impegno volontario, che si estende al di là delle attività di core business delle imprese, è sostanzialmente ciò che si intende per investimento a sostegno della comunità."

Il Gruppo Prysmian ritiene che l'accesso all'energia e alle telecomunicazioni sia un prerequisito fondamentale per lo sviluppo economico e sociale delle comunità locali e dei Paesi. Per tale ragione, le attività di *corporate citizenship and philanthropy* promosse dal Gruppo devono essere principalmente volte a sostenere iniziative rivolte a tali obiettivi.

In generale, per il Gruppo Prysmian si considerano iniziative a sostegno della comunità quelle che riguardano:

¹ Gruppo di società (più di 100) con sede nel Regno Unito, che hanno attivamente collaborato dal 1994 per sviluppare questo modello.

- **iniziative di lungo periodo a favore della comunità:** iniziative di lunga durata che mirano a mitigare problematiche socio-ambientali presenti nelle comunità in cui il Gruppo opera, come ad esempio la sottoscrizione di quote associative a organizzazioni/ associazioni attive nel sociale, nell'ambiente e nello sviluppo della comunità;
- **liberalità:** contributi una tantum a favore di soggetti terzi (organismi, enti no profit, o privati) e iniziative brevi di carattere umanitario, culturale, sociale e sportivo volte a creare un valore aggiunto in termini etici, civili e morali;
- **iniziative di tipo commerciale a favore della comunità:** iniziative diverse da quelle tipicamente dedicate ai temi di sostenibilità (es. marketing, comunicazione, R&D) a supporto diretto del successo dell'azienda (con ricadute reputazionali) e svolte in collaborazione con organizzazioni orientate al sociale. Ad esempio sponsorizzazioni, attività di cause-related marketing a supporto della ricerca scientifica con implicazioni commerciali.

Il Gruppo Prysmian riconosce le seguenti tre principali tipologie di contributi:

- **Contributi in denaro:** spese che il Gruppo affronta per contribuire a un progetto o a un'iniziativa comunitaria, incluse le spese per pubblicità o per le campagne di marketing.
- **Tempo del personale dipendente:** esso rappresenta un costo per il Gruppo che indirettamente contribuisce, attraverso le ore pagate ai propri dipendenti coinvolti nelle attività benefiche, a supportare scopi sociali. In questa voce non rientrano le ore prestate dai dipendenti a supporto di attività sociali al di fuori dell'orario di lavoro e dall'ambito aziendale.
- **Donazione in natura,** ovvero la donazione di prodotti, di attrezzatura o di altri strumenti, gli spazi pubblicitari gratuiti o temporanei all'interno di una pubblicazione o del sito internet, che l'azienda concede in uso all'organizzazione o all'associazione benefica. Tali contributi devono essere inclusi e valutati attraverso stime in quanto rappresentano un costo che l'organizzazione ha sostenuto (tali spese fanno riferimento al costo sostenuto dall'azienda e non al valore di mercato).

3. Principi guida e modalità operative

3.1. Principi guida

La scelta delle attività da promuovere risponde a specifici e definiti criteri volti a migliorare il processo e a evitare richieste non in linea con mission, vision, valori, Codice Etico, linee strategiche del Gruppo, politiche poste in essere e Modello di Organizzazione e Controllo ex D.Lgs 231/2001.

Cosa si può finanziare:

- **Sostegno all'istruzione e ai giovani:** in questa categoria rientrano i contributi alle scuole, università e istituzioni scolastiche in genere o a tutte quelle organizzazioni che lavorano per i giovani e per i loro bisogni.
- **Salute e prevenzione:** in questa categoria rientrano tutte le attività a sostegno degli ospedali, o a sostegno della sanità e prevenzione in genere. Attività a sostegno della ricerca medico scientifica e la formazione in ambito scolastico su tematiche attinenti le attività svolte dalle società del Gruppo.
- **Sviluppo economico:** sostegno ad attività che promuovono lo sviluppo economico e sostengono l'imprenditoria nelle aree dove il Gruppo opera.
- **Ambiente:** iniziative a tutela dell'ambiente e di sensibilizzazione su tematiche quali cambiamento climatico, risparmio energetico, raccolta differenziata e inquinamento. Questa categoria non include i costi sostenuti dal Gruppo nella gestione ordinaria degli impatti ambientali derivanti dalle attività di business.
- **Arte e cultura:** iniziative volte ad accrescere e preservare il patrimonio artistico, storico e culturale del territorio in cui il Gruppo opera.
- **Sport:** sostegno ad atleti e iniziative sportive a livello locale e non, che possano in qualche modo essere rappresentative dei valori del Gruppo.
- **Comunità e social welfare:** supporto ad associazioni che lavorano su tematiche sociali e a iniziative finalizzate a dare assistenza a persone svantaggiate e in difficoltà.
- **Emergenze:** contributi e supporto a sostegno di popolazioni che hanno subito danni a seguito di calamità naturali, guerra, ecc.
- **Altro sostegno:** tutte le altre attività non specificate nei punti precedenti che abbiano finalità sociale.

Cosa non si può finanziare:

- attività illegali, pericolose o dannose in qualsiasi modo per il Gruppo e la sua reputazione;
- attività in conflitto con mission, vision, valori, Codice Etico, linee strategiche del Gruppo, politiche poste in essere e Modello di Organizzazione e Controllo ex D.Lgs 231/2001;

Il Gruppo fa inoltre divieto di:

- promettere o versare somme di denaro, promettere o concedere beni in natura o altri benefici a soggetti terzi, quali, ad esempio, clienti, fornitori, enti della Pubblica Amministrazione, istituzioni pubbliche o altre organizzazioni con la finalità di promuovere o favorire interessi del Gruppo;

- ricorrere a forme diverse di aiuti o contribuzioni che, sotto veste di sponsorizzazioni, incarichi, consulenze, pubblicità, abbiano invece le stesse finalità sopra vietate.

3.2. Modalità operative

Per il processo autorizzativo delle liberalità e delle sponsorizzazioni, ogni anno contestualmente al processo di finalizzazione del management plan per l'anno a venire, entro novembre, si formalizza la lista degli interventi che si intende effettuare nel corso dell'anno successivo. A tal fine, per le richieste di approvazione, gli uffici locali/altre Funzioni/Direzioni aziendali inviano, tra i vari step, una richiesta formale (contenente evidenza di almeno il valore, il beneficiario, la motivazione e la frequenza dell'iniziativa) a:

- **Funzione Compliance & Internal Audit locale (o, ove assente, a livello Corporate)**, per l'ottenimento di un loro benestare a procedere in merito all'eticità del beneficiario, a seguito di uno screening anche relativamente a tematiche di anti-bribery ed anti-corruption;
- **Direzione Taxation locale (o, ove assente, a livello Corporate)**, per la verifica del trattamento fiscale degli importi da erogare e le formalità da rispettare, finalizzata alla definizione dell'impatto economico complessivo della proposta;
- **Communication o Market Intelligence and Trade Marketing locale (o, ove assente, la Direzione Corporate and Business Communications)**, per la valutazione dell'allineamento dell'iniziativa ai principi guida sopra espressi.

A seguito di tale processo, tutte le iniziative di donazione, indipendentemente dall'importo, devono essere approvate formalmente dal CEO della Società degli uffici locali/altre Funzioni/Direzioni aziendali richiedenti.

Il beneficiario di eventuali sponsorizzazioni si dovrà impegnare formalmente ad osservare i principi etico-comportamentali adottati dal Gruppo.

Iniziative strategiche o dall'impatto economico significativo, indipendentemente dal loro importo, sono portate all'attenzione del CEO di Gruppo.

4. Monitoraggio e comunicazione

La Direzione Corporate and Business Communications del Gruppo monitora le proprie attività legate alla *corporate citizenship and phylanthropy*, anche con riferimento al livello di raggiungimento di eventuali obiettivi di sostenibilità, e si impegna a darne evidenza pubblica, tramite strumenti quali, ad esempio, la propria Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario/Bilancio di Sostenibilità e/o il sito internet di Gruppo.

Milano, 22 Febbraio 2019

Sostituisce la versione del 20 febbraio 2015

Preparata da:

*Corporate and Business
Communications*

Lorenzo Caruso


Verificata da:

Compliance & Internal Audit

Alessandro Nespoli


Autorizzata da:

CEO Prysmian Group

Valerio Battista
