Prysmian Group

PRYSMIAN
Draka
General Cable

# Policy sulle Sponsorizzazioni

# Indice

1. Scopo e obiettivi ..... 3
2. Titolare della policy ..... 3
3. Applicabilità ..... 3
4. Definizioni ..... 3
5. Principi di riferimento e procedure operative ..... 4
5.1 Principi di riferimento ..... 4
5.2 Procedure operative ..... 5
5.2.1 Due Diligence Anti-corruzione ..... 5
5.2.2 Processo di approvazione ..... 5
6. Tracciabilità ..... 7

# 1. Scopo e obiettivi

La presente Policy ha l'obiettivo di fornire linee guida e di stabilire i requisiti per la gestione di qualsiasi attività di sponsorizzazione da parte del Gruppo Prysmian (di seguito il "Gruppo").

# 2. Titolare della Policy

La Funzione Corporate & Business Communication and Public Affairs di Gruppo è titolare della presente Policy nonché responsabile di revisionarla e aggiornarla periodicamente al fine di assicurarsi che rifletta con precisione normative, *best practice* e/o sviluppi del business.

# 3. Applicabilità

La presente Policy si applica a tutte le Funzioni e Società del Gruppo Prysmian coinvolte, a qualsiasi titolo, nella richiesta, approvazione ed erogazione di attività di sponsorizzazione.

# 4. Definizioni

Per "sponsorizzazione" si intende qualsiasi pagamento in favore di terze parti finalizzato a esibire il proprio brand e/o a promuovere l'immagine del Gruppo, con l'obiettivo di accrescere la reputazione e il prestigio del Gruppo e di generare valore per gli shareholders.

# 5. Principi di riferimento e procedure operative

## 5.1 Principi di riferimento

La scelta delle attività da sponsorizzare risponde a specifici criteri definiti, volti a migliorare il processo e ad evitare di accettare richieste che non siano in linea con la missione, la visione, il Codice Etico, i valori, le linee guida strategiche, le Policy di Gruppo nonché con il Modello Organizzativo *ex* D.Lgs. 231/01.

*Cosa può essere sponsorizzato:*

- Iniziative legate al business e alle attività aziendali del Gruppo ed eseguite in settori correlati a dette attività
- Iniziative istituzionali e aziendali effettuate in campo sociale, culturale, sportivo o artistico

E possono essere:

- Sponsorizzazioni di un evento, roadsow (digitale o in presenza)
- Sponsorizzazioni di una fiera o di un'esibizione (digitale o fisica)
- Attività istituzionali
- Sponsorizzazioni di un evento editoriale organizzato da un giornale o da una rivista
- Sponsorizzazioni di associazioni o individui
- Sponsorizzazioni tecniche

I progetti sponsorizzati dovranno essere sempre caratterizzati da:

- coerenza con i valori, la missione e la visione del Gruppo nonché con le strategie di comunicazione aziendale
- moralità e integrità del beneficiario

*Cosa non può essere sponsorizzato:*

- Attività considerate in qualsiasi modo illegali, dannose o nocive per il Gruppo e la sua reputazione
- Attività in conflitto con la missione, la visione, il Codice Etico, le linee guida strategiche, le Policy di Gruppo nonché con il Modello Organizzativo adottato ai sensi del D.Lgs. 231/2001
- Associazioni e organizzazioni che effettuano discriminano in base a razza, colore della pelle, sesso, religione, nazionalità o etnia.

Il Gruppo proibisce inoltre di:

- Pagare o promettere di pagare somme di denaro, garantire o promettere di garantire beni in natura o altri benefici in favore di terze parti, come, ad esempio, clienti,

fornitori, Enti della Pubblica Amministrazione, istituzioni pubbliche o altre organizzazioni con lo scopo di promuovere o favorire gli interessi del Gruppo

- Ricorrere ad altre forme di aiuto o contributo che hanno la stessa finalità di quelle sopra vietate.

## 5.2 Procedure operative

Considerando le sopracitate linee guida, il Codice Etico di Gruppo e i suoi principi di condotta, il Gruppo Prysmian ha implementato e formalizzato una procedura per valutare i beneficiari delle sponsorizzazioni, approvare e monitorare le sponsorizzazioni e ha identificato soglie al di sopra delle quali è obbligatorio completare un rigoroso processo di approvazione.

### 5.2.1 Due Diligence Anti-corruzione

Il primo passo della procedura operativa prevede che il beneficiario di qualsiasi sponsorizzazione rispetti i principi di condotta etica adottati dal Gruppo.
Infatti, prima di procedere con qualsiasi sponsorizzazione, deve essere eseguita una due diligence anti-corruzione sul potenziale beneficiario. La due diligence è svolta attraverso una piattaforma online dedicata, in compliance con la Policy "Programma Terze Parti", con lo Standard ISO 37001 e con l'Anti-Bribery Management System del Gruppo.
Se la due diligence fornisce un risultato positivo, il processo di approvazione per la sponsorizzazione può continuare; nel caso in cui la due diligence fornisca un risultato negativo, il processo di approvazione dovrà essere interrotto.

### 5.2.2 Processo di approvazione

**a) Management Plan**

Ogni anno, nel predisporre il Management Plan, la Funzione Corporate & Business Communications and Public Affairs di Gruppo prevede un budget complessivo per le proprie attività. All'interno di tale budget, approvato dal CEO di Gruppo, sono identificate le aree di attività da privilegiare e da considerare strategiche in linea con il Piano di Comunicazione di Gruppo, incluse le attività di sponsorizzazione.

**b) Identificazione delle iniziative di sponsorizzazione e dei business partner**

La Funzione Corporate & Business Communications and Public Affairs di Gruppo è, da un lato, attiva nell'identificare iniziative e opportunità di sponsorizzazioni commerciali e, dall'altro, riceve direttamente da terze parti richieste di sponsorizzazioni in forma scritta.

Le iniziative e le opportunità di sponsorizzazioni commerciali possono essere anche identificate da altre Funzioni del Gruppo o da società controllate.

In ogni caso, la Funzione Corporate & Business Communications and Public Affairs di Gruppo è responsabile di valutare l'idoneità della spesa per la sponsorizzazione in relazione alla specifica richiesta e, se possibile, anche in relazione a sponsorizzazione simili.

### c) Approvazione delle iniziative di sponsorizzazione

Sulla base del valore monetario della sponsorizzazione e prima di qualsiasi erogazione di fondi, il Gruppo differenzia il processo di approvazione come segue:

- **per le sponsorizzazioni inferiori a € 50.000**, le Funzioni Corporate & Business Communications and Public Affairs, Compliance e Tax di Gruppo devono essere adeguatamente informate via e-mail;
- **per sponsorizzazioni superiori a € 50.000**, le Funzioni Corporate & Business Communications and Public Affairs, Compliance e Tax di Gruppo devono formalmente approvare l'iniziativa via e-mail, prima di qualsiasi erogazione di fondi. L'approvazione finale dovrà essere concessa dal CEO.

Una volta concluso il processo di approvazione come sopra descritto, il Capo della Funzione Corporate & Business Communications and Public Affairs di Gruppo firma la sponsorizzazione entro i limiti stabiliti dalla propria procura.

Al di sopra dei limiti stabiliti dalla procura del Capo della Funzione Corporate & Business Communications and Public Affairs di Gruppo, la sponsorizzazione deve essere firmata dal CEO.

### d) Negoziazione ed impegni contrattuali

Tutte le iniziative di sponsorizzazione devono essere formalizzate all'interno di contratto/accordo, che, se necessario e richiesto, deve essere redatto, o quantomeno rivisto, dalla Funzione Legal and Corporate Affairs e dalla Funzione Compliance di Gruppo per gli aspetti legati al D.Lgs. 231/01.

Nel contratto/accordo di sponsorizzazione, deve essere sempre indicato:

- l'oggetto della sponsorizzazione (conferimento in natura e/o in denaro)
- una descrizione di come la sponsorizzazione dovrà essere implementata
- la durata del contratto
- il corrispettivo, ove previsto, e le modalità di pagamento
- l'impegno del beneficiario della sponsorizzazione ad osservare e rispettare i principi etici e di condotta adottati dal Gruppo.

# 6. Tracciabilità

La tracciabilità delle singole fasi del processo e la documentazione archiviata (copia del contratto di sponsorizzazione) è gestita dalla Funzione Corporate & Business Communications and Public Affairs di Gruppo. Con riferimento alle fatture di sponsorizzazione approvate, la Funzione Finanza, Amministrazione e Controllo è responsabile dell'archiviazione di tali documenti.

**Milano, 20 Maggio 2022**

| Preparata da: | Verificata da: | Autorizzata da: |
|---|---|---|
| ***Group Corporate & Business Communications and Public Affairs*** | ***Group Compliance & Internal Audit*** | ***Prysmian Group CEO*** |
| **Lorenzo Caruso** | **Alessandro Nespoli** | **Valerio Battista** |