

POLÍTICA GLOBAL SOBRE OBSEQUIOS, GASTOS DE REPRESENTACIÓN Y PATROCINIOS



FEDRIGONI

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. DESTINATARIOS	3
3. ÁMBITO DE APLICACIÓN	3
4. OBJETIVO.....	4
5. PRINCIPIOS DE COMPORTAMIENTO.....	4
6. ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.....	5
7. EJEMPLOS DE CASOS	6
7.1 Obsequios y liberalidades.....	6
7.1.1 Oferta (entrega) de obsequios.....	6
7.1.2 Recepción de obsequios y hospitalidad por parte de los empleados del Grupo.....	7
7.1.3 Liberalidades.....	7
7.2 Gastos de representación	8
7.2.1 Gastos de hospitalidad y otros gastos soportados por cuenta de terceros	9
7.2.2 Gastos de viaje y alojamiento a favor de terceros.....	10
7.3 Patrocinios	11
ANEXO A.....	Errore. Il segnalibro non è definito.



FEDRIGONI

1. INTRODUCCIÓN

Fedrigoni S.p.A. y sus empresas vinculadas (en lo sucesivo, «Grupo Fedrigoni») desarrollan su actividad en un marco de competencia leal y con honradez, integridad, equidad, corrección y transparencia, desde el respeto a sus empleados, clientes, socios comerciales y financieros, y a los colectivos y comunidades locales con los que trabaja el Grupo.

El Grupo Fedrigoni puede ofrecer, ocasionalmente, comidas, obsequios y otros beneficios dentro de sus actividades comerciales habituales. De acuerdo con la Política Global Anticorrupción de Fedrigoni, el Grupo tiene prohibido ofrecer o recibir obsequios, otras muestras de generosidad y gastos relacionados, siempre que puedan influir o se perciba que pueden influir indebidamente en el resultado de transacciones comerciales, o no se puedan considerar razonables o de buena fe. Ofrecer o recibir obsequios y otros beneficios inoportunos por parte de empleados o terceros que operen en nombre del Grupo expone al Grupo y a su personal a posibles multas o sanciones civiles y penales.

El objetivo de este documento es definir las reglas y principios de comportamiento que deben regir el proceso de gestión de obsequios, liberalidades y patrocinios, así como otras formas de entretenimiento y los correspondientes gastos de representación, procedentes de la Empresa y destinados a terceros o a petición de entidades terceras, con el fin de garantizar el cumplimiento de la normativa.

2. DESTINATARIOS

Esta Política Global es aplicable a todo el personal del Grupo Fedrigoni, y especialmente a todas las personas y entidades que participen, con independencia del concepto, en el proceso de gestión de obsequios, liberalidades, gastos de representación y patrocinios. Cabe indicar que estas disposiciones resultarán también de aplicación a terceros (personas físicas y jurídicas) que presten servicio por cuenta de la Empresa (los «Destinatarios»).

Como parte del compromiso continuo del Grupo con el cumplimiento normativo, todos los Destinatarios deben recibir y leer detenidamente una copia de esta Política y luego certificar a través de Workday: (1) que han leído la Política; (2) su compromiso de cumplir con la Política; y (3) el compromiso de informar de cualquier posible incumplimiento de la Política a través del Canal de Whistleblowing disponible en Workplace y en la página web del Grupo.

3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Esta Política Global resultará de aplicación para los Destinatarios en caso de:

- Obsequios y liberalidades:



FEDRIGONI

- oferta (entrega) de regalos;
- recepción de obsequios y participación en actividades de ocio por parte de los empleados del Grupo;
- liberalidades;
- Gastos de representación:
 - hospitalidad y otros gastos soportados por cuenta de terceros;
 - gastos de viaje y alojamiento a favor de terceros;
- Patrocinios

para clientes y proveedores, incluidos los potenciales, funcionarios públicos (como se definen a continuación), funcionarios de organismos reguladores u otras contrapartes.

Los Destinatarios deberán consultar y seguir esta Política Global antes de participar en la actividad en cuestión. Si algún Destinatario tuviera conocimiento de que se efectúa alguno de los gastos antes mencionados al margen de las reglas establecidas por esta Política Global, deberá informar de inmediato de las presuntas infracciones, también si son involuntarias, al órgano corporativo competente en materia de cumplimiento normativo que es el Departamento de Internal Audit, Risk & Compliance y, para las empresas italianas, el Órgano de Vigilancia (OdV), de conformidad con el Decreto Legislativo italiano 231/01. Si el Destinatario recibiera un obsequio o la oferta de cualquier otra forma de *beneficio*, antes de aceptarlo deberá consultar esta Política Global.

4. OBJETIVO

Esta Política Global recopila las directrices e indicaciones que hay que seguir para gestionar correctamente obsequios, gastos de representación y patrocinios. Esta Política también tiene que servir para facilitar la ejecución de los dispositivos legislativos aplicables en materia de prevención de las infracciones.

5. PRINCIPIOS DE COMPORTAMIENTO

Se pueden ofrecer o recibir obsequios, otras liberalidades y gastos de representación siempre que se enmarquen en un contexto de cortesía comercial, no puedan comprometer la integridad o reputación de ninguna de las partes, y que un observador imparcial no pueda interpretar que están destinados a crear una obligación de gratitud ni a conseguir un beneficio de una forma impropia.



FEDRIGONI

Cualquier obsequio u otra liberalidad que ofrezca o reciba el personal del Grupo Fedrigoni y cualquier obsequio que ofrezca el personal del Grupo Fedrigoni a un tercero, en cualquier circunstancia, tiene que cumplir estos requisitos:

- no puede ser un pago en efectivo;
- debe realizarse de buena fe y tener relación con la finalidad del negocio;
- no puede estar motivado por un deseo de influir de forma impropia o ilícita ni por una expectativa de reciprocidad;
- tiene que ser razonable habida cuenta de las circunstancias;
- tiene que ser conforme a los estándares de cortesía profesional generalmente aceptados;
- debe respetar las leyes y reglamentos locales aplicables a la administración pública y a los particulares.

Los gastos relativos a los obsequios deben ser (i) conformes a las reglas internas, a los principios contenidos en el Código ético y al Modelo de Organización, Gestión y Control en virtud del Decreto Legislativo 231/01 (ii) se tienen que registrar de una forma detallada y transparente en la contabilidad de la empresa y (iii) tienen que ir acompañados de la documentación oportuna.

Los regalos, obsequios y gastos de cortesía se deberán documentar siempre adecuadamente para que los órganos de control, como el Departamento de Internal Audit, Risk & Compliance y, para las entidades italianas, el Órgano de vigilancia (OdV) puedan efectuar los controles pertinentes.

6. ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

A los representantes de la administración pública o a sus familias no se les puede hacer, ni directa ni indirectamente, ningún regalo, ni se les puede ofrecer ningún servicio gratuito, beneficio material ni otras ventajas de cualquier naturaleza que pueda parecer que estén vinculadas a la relación de negocios con el Grupo Fedrigoni o estar destinadas a influir en el carácter independiente de sus decisiones. Cualquier excepción a esta prohibición debe ser notificada al Responsable de la Función Internal Audit, Risk & Compliance del Grupo y autorizada por el Group CEO o el Director de la BU.

Las posibles relaciones que se entablen con organismos que dependan de la administración pública deberán estar siempre caracterizadas por una transparencia absoluta, una colaboración constructiva y un respeto estricto del Código Ético del Grupo.

Queda prohibida cualquier otra actividad impropia, encaminada directamente o a través de un intermediario a influir en el carácter independiente de la capacidad de decisión de los



FEDRIGONI

organismos de la administración pública o a conseguir una ventaja de cualquier tipo para el Grupo Fedrigoni.

7. EJEMPLOS DE CASOS

7.1 Obsequios y liberalidades

7.1.1 Oferta (entrega) de obsequios

En general, el Grupo desaconseja el ofrecimiento de obsequios. Sin embargo, los usos comerciales pueden requerir el ofrecimiento de obsequios de poco valor a la contraparte como muestra de cortesía.

Están autorizados exclusivamente a efectuar obsequios los Directores de departamento a nivel del Grupo, los Directores de las Business Unit, los Directores Comerciales de las Business Unit y sus directos reportos y los Directores de Marketing de Business Unit y sus directos reportos. Los empleados autorizados por uno de los sujetos mencionados anteriormente pueden dar regalos y donaciones de valor modesto.

Es posible hacer regalos de un valor reducido como práctica de cortesía; los regalos deberán ser apropiados y no ir en contra de las disposiciones legales y, además, es importante que no se puedan interpretar como una petición de un favor a cambio.

En determinadas circunstancias, se permite el ofrecimiento de obsequios con un valor superior a 100 euros, previa aprobación del director comercial o sus reportos o del director de marketing o sus reportos, así como del director de Business Unit o del "líder local" de referencia, que tendrán en cuenta los siguientes principios para determinar si conceden su aprobación:

- evaluación de las circunstancias en la que se ofrece el obsequio. Si el obsequio se hace por tradición, como por ejemplo para una boda o un nacimiento, en la que sea costumbre hacerse regalos entre colegas, es posible que se considere oportuno.
- evaluación de la relación con el beneficiario.
- evaluación del tipo de obsequio (por ejemplo, están estrictamente prohibidos los regalos en efectivo o equivalentes).
- los obsequios tienen que estar permitidos en virtud de la legislación local o de la política de la empresa del Destinatario (los Destinatarios deben saber que en otras empresas u oficinas gubernamentales existen procedimientos similares en vigor acerca de obsequios y actividades de ocio que limitan el valor admisible de los obsequios y que, en algunos casos, pueden ser más estrictos que las políticas del Grupo).
- todos los obsequios deben presentarse abiertamente con total transparencia.



FEDRIGONI

Todos los obsequios deben estar debidamente registrados en los libros contables de la empresa del Grupo a la que pertenezca el donante con el nombre, cargo y empresa del destinatario, motivo del obsequio y recibo detallado con el coste correspondiente.

Para cualquier duda sobre la adecuación de los gastos previstos, se recomienda consultar a su superior. Para cualquier duda sobre los métodos de aplicación de esta Política Global, se recomienda consultar a los órganos corporativos competentes en materia de cumplimiento normativo, como es el caso de Internal Audit, Risk & Compliance y, para las empresas italianas, el Órgano de Vigilancia (OdV), de conformidad con el Decreto Legislativo italiano 231/01.

7.1.2 Recepción de obsequios y hospitalidad por parte de los empleados del Grupo

El Grupo Fedrigoni prohíbe a los empleados de la Empresa solicitar obsequios o participación en actividades de ocio. Si un Destinatario, en virtud del punto 7.1.1, recibe un obsequio, tendrá que cumplir los siguientes principios:

- los empleados solo pueden aceptar obsequios de módico valor. En cualquier caso, esos obsequios deberán ser de un tipo apropiado, sin ir en contra de las disposiciones legales, y no se deberán poder interpretar como una petición de favores a cambio;
- los empleados deben rechazar obsequios u hospitalidad cuando puedan afectar o se perciba que pueden afectar al resultado de las transacciones comerciales o no puedan considerarse razonables o de buena fe;
- los empleados deben rechazar obsequios u hospitalidad que sean de lujo o de un valor excesivo para la Empresa si se dieran a conocer.

Si en la práctica o por cortesía no es posible rechazar el obsequio y, sin embargo, su aceptación constituye una infracción de esta Política Global, el Destinatario deberá informar inmediatamente a su superior y al Departamento de Internal Audit, Risk & Compliance y seguir sus sugerencias.

7.1.3 Liberalidades

Una liberalidad puede ser una donación voluntaria, efectuada con el fin de apoyar un objetivo concreto, sin intención de obtener a cambio nada especial. Y pueden ser en dinero o en especie. A modo de ejemplo, se considerará una liberalidad una donación destinada a apoyar una iniciativa social o una actividad cultural, como transferencias a título gratuito de dinero o cesiones gratuitas de bienes a organizaciones sin ánimo de lucro de utilidad pública, beneficencia a favor de organizaciones no gubernamentales, donaciones a universidades o a centros de investigación.

El Grupo Fedrigoni puede responder a peticiones de contribuciones (como donaciones) solamente de entidades, asociaciones y organizaciones sin ánimo de lucro o que revistan un



FEDRIGONI

valor cultural, benéfico, científico o artístico. Las actividades objeto de contribución pueden estar relacionadas con temas sociales, científicos, medioambientales, de seguridad, de la salud, del deporte, del espectáculo o del arte. En cualquier caso, a la hora de elegir qué propuestas aceptar, habrá que prestar una especial atención a cualquier posible conflicto de intereses que pueda surgir y todas las operaciones financieras y económicas en este sentido deberán quedar debidamente registradas y documentadas.

Para gestionar el proceso de aportación de liberalidades, habrá que tener en cuenta que está estrictamente prohibido hacer donaciones a partidos políticos, a entidades indicadas por miembros de la Administración Pública y a organizaciones benéficas con el fin de obtener o mantener oportunidades comerciales u obtener una ventaja comercial inoportuna.

El proceso de autorización y ejecución de estas contribuciones prevé que:

- se puedan efectuar donaciones solo previa solicitud o propuesta específica por parte de la entidad beneficiaria y en relación con un proyecto predeterminado;
- el Departamento de Internal Audit, Risk & Compliance deberá comprobar, con ayuda de empresas especializadas, la reputación de la entidad beneficiaria y la ausencia de conflictos de intereses, así como la coherencia del importe concedido respecto al proyecto al que esté destinado;
- la propuesta de donación deberá contar con la aprobación de un director de unidad de negocio.

Antes de proceder, habrá que firmar un contrato específico con la colaboración del Departamento Legal del Grupo, que prevea, entre otras, cláusulas en materia de cumplimiento, la descripción de la liberalidad, la indicación del valor, el motivo y la finalidad (como investigación o desarrollo de tecnologías y proyectos que sean coherentes con el negocio de la empresa; la participación en proyectos humanitarios, culturales, etc.) así como la obligación para la entidad beneficiaria de rendir cuentas sobre las actividades que lleve a cabo con los recursos que le conceda la Empresa.

7.2 Gastos de representación

La expresión «gastos de representación» hace referencia a la cesión gratuita de bienes o servicios a favor de terceros con el fin de promocionar la imagen del Grupo Fedrigoni y que lleven a cabo empleados durante sus desplazamientos profesionales o para recibir y acompañar a clientes actuales o potenciales. Por ejemplo, serían gastos de representación los gastos derivados del pago de hoteles, restaurantes, comidas y similares que se organicen dentro o fuera del Grupo, gastos para fiestas, recepciones y otros eventos de entretenimiento que se organicen con ocasión de ferias y salones.



7.2.1 Gastos de hospitalidad y otros gastos soportados por cuenta de terceros

Los gastos por la asistencia a eventos y por hospitalidad incluyen comidas y eventos como conciertos o eventos deportivos. Los eventos y la hospitalidad que involucran a clientes, proveedores y/o socios comerciales pueden ser apropiados en ciertas circunstancias. Estos gastos deben guardar relación con la promoción legítima de los productos o servicios del Grupo Fedrigoni o con la ejecución o cumplimiento de sus contratos con los clientes.

Los pagos relacionados con los gastos de participación en eventos deben ser efectuados directamente por la empresa del Grupo Fedrigoni directamente al proveedor del servicio, y no se deben abonar directamente al beneficiario en forma de reembolso.

Los directores de departamento de todo el Grupo, los directores de unidades de negocio y el personal del departamento de ventas hasta los gerentes de sucursales están autorizados a sufragar gastos de hospitalidad.

Todos los gastos de participación en eventos y de viaje deberán ser aprobados por el director comercial de la unidad de negocio, que tendrá en cuenta los siguientes principios para otorgar su aprobación.

- Evaluación de los participantes:
 - Un representante del Grupo Fedrigoni debe asistir a la comida o evento con el cliente o socio comercial.
 - Los gastos para personas que no sean empleados, clientes o socios comerciales del Grupo (por ejemplo, cónyuges o personas que tengan alguna relación con socios del Grupo) necesitarán siempre una autorización previa con la justificación específica del solicitante.
- Valoración de los costes (por ejemplo, no se pueden autorizar gastos para comidas que puedan parecer excesivos para un objetivo legítimo de negocio y que no sean conformes a los estándares de cortesía profesional generalmente aceptados).
- Valoración del tipo de entretenimiento (por ejemplo, no se pueden autorizar gastos para actividades que puedan parecer contrarias al buen gusto o excesivas para un objetivo legítimo de negocio y que no sean conformes a los estándares de cortesía profesional generalmente aceptados).

El ofrecimiento de gastos para comidas y eventos debe estar permitido tanto por la legislación local como por las políticas del empleador del Destinatario.

Para cualquier duda sobre la aplicación de esta Política Global y de los procedimientos locales sobre esta misma materia, se recomienda consultar a su superior y/o a los órganos corporativos



FEDRIGONI

competentes en materia de cumplimiento normativo que, para las empresas italianas, es el Órgano de Vigilancia (OdV), de conformidad con el Decreto Legislativo italiano 231/01.

Todos los gastos deben estar debidamente registrados en los libros contables de la empresa del Grupo involucrada, con el nombre, cargo y empresa de los participantes, motivo del gasto y recibo detallado de los costos correspondientes.

7.2.2 Gastos de viaje y alojamiento a favor de terceros

En determinadas circunstancias, pueden ser admisibles gastos de viaje razonables para clientes, incluidos los clientes potenciales, siempre que estén legitimados por necesidades específicas de negocio. Por ejemplo, se pueden asumir los gastos de viaje de un cliente para su visita a las oficinas o centros del Grupo Fedrigoni para la presentación de productos o para el esclarecimiento de las capacidades de producción del Grupo para la prestación de servicios a un cliente potencial.

Todos los gastos de viaje y alojamiento deberán ser aprobados por el director comercial, que tendrá en cuenta los siguientes principios para otorgar su aprobación:

- Los viajes deberán ser adecuados a los estándares de cortesía profesional generalmente aceptados en relación con un objetivo de negocio legítimo, pero razonables según las circunstancias y, en cualquier caso, que no parezcan motivados por una voluntad de ejercer una influencia impropia o ilícita.
- Está prohibido pagar dietas en efectivo y gastos no relacionados con actividades comerciales, así como los desembolsos a favor de amigos o familiares de un cliente o contraparte comercial.
- La empresa efectuará el pago directamente al proveedor del viaje o del alojamiento.
- Dichos gastos deben ser admisibles según las leyes locales y las políticas del empleador del Destinatario.

Para cualquier duda sobre la aplicación de esta Política Global y de los procedimientos locales sobre esta misma materia, se recomienda consultar a su superior y/o a los órganos corporativos competentes en materia de cumplimiento normativo que, para las empresas italianas, es el Departamento de Internal Audit, Risk & Compliance y el Órgano de Vigilancia (OdV), de conformidad con el Decreto Legislativo italiano 231/01.

Todos los gastos deben estar debidamente registrados en los libros contables de la empresa del Grupo involucrada, con el nombre, cargo y empresa del beneficiario, motivo del gasto y recibo detallado de los costes relacionados.



FEDRIGONI

7.3 Patrocinios

El patrocinio prevé la participación del Grupo Fedrigoni en la financiación de un evento (como puede ser deportivo, cultural, social o de entretenimiento), un espectáculo u otras actividades que tengan una relevancia de valor, de interés público, organizados por un tercero, a cambio de la exposición en los medios del nombre/logo/marca del Grupo Fedrigoni en espacios publicitarios específicos o en diferentes soportes comunicativos, con la finalidad, por tanto, de obtener un retorno publicitario, promocional y de imagen congruente. Por tanto, no se considerará patrocinio una contribución única en concepto de liberalidad si concedida sin un acuerdo contractual de exposición del logo del Grupo.

De este modo, las empresas del Grupo podrán patrocinar eventos con la finalidad exclusiva de promover la imagen del Grupo Fedrigoni, sus servicios y/o su marca. El patrocinio se hará mediante dinero u otras formas de ayuda (por ejemplo, papel), que deberán ser transparentes, estar previamente determinadas y ser económicamente cuantificables, asociadas a un evento, actividad o iniciativa en los que se promocionen la imagen o la marca del Grupo o de sus empresas.

El proceso de establecimiento de un patrocinio prevé una formalización rigurosa, transparente y detallada de la solicitud y de la aprobación, todo por escrito y motivado, a cargo del departamento solicitante, con especificación de las cláusulas, las finalidades y la motivación empresarial oportunas, así como la comprobación de que no se dan situaciones de conflicto de intereses, en particular respecto a sujetos públicos que puedan favorecer, directa o indirectamente, las actividades de la Empresa.

En concreto, la solicitud de patrocinio deberá incluir:

- respecto al sujeto beneficiario:
 - datos de identificación (denominación o razón social, dirección, etc.);
 - actividad que desarrolla;
 - indicación de si ostenta algún cargo público o es funcionario público o asimilado;
 - listado de otras iniciativas anteriores con el mismo sujeto beneficiario.
- objetivos y motivación empresarial del patrocinio;
- valor económico del patrocinio, si hay prevista una dotación previa en el presupuesto y coherencia del importe;
- existencia, en su caso, de conflictos de intereses, sobre todo respecto a personas públicas que puedan favorecer, directa o indirectamente, las actividades de las empresas del Grupo Fedrigoni.

La solicitud de patrocinio debe ir acompañada de una descripción adecuada de la naturaleza y la finalidad de la iniciativa concreta, el deber de hacer las comprobaciones oportunas sobre el



FEDRIGONI

socio potencial del contrato de patrocinio y de la verificación del carácter legítimo de la iniciativa con base en la legislación aplicable.

Un patrocinio debe cumplir los siguientes principios:

- coherencia entre la actividad de patrocinio y el presupuesto aprobado;
- fiabilidad del socio del contrato de patrocinio, que deberán ser solamente entidades o individuos bien conocidos; en el caso de las empresas, el socio de un contrato de patrocinio deberá demostrar que dispone de todas las certificaciones y que cumple todos los requisitos para desarrollar su actividad según la legislación aplicable;
- formalización del contrato de patrocinio por escrito. El contrato de patrocinio deberá incluir:
 - la divisa y el importe que se va a pagar en virtud del contrato de patrocinio;
 - la indicación de que, en línea con la legislación y normativa interna del Grupo Fedrigoni en la materia y con el Código ético, los pagos se efectúen exclusivamente a favor de la parte contratante y en el país en que esté válidamente constituida, únicamente en su cuenta registrada, que figure en el contrato, y nunca en cuentas cifradas ni en metálico;
 - el compromiso de la parte contratante de cumplir la legislación aplicable, las leyes anticorrupción y las disposiciones en esta materia previstas en el contrato de patrocinio, y de registrar en sus libros y archivos de forma correcta y transparente el importe recibido;
 - las previsiones contractuales relativas a la «responsabilidad administrativa» que Fedrigoni S.p.A. y el resto de empresas del Grupo tengan que incluir en los contratos que ellas mismas suscriban.

De acuerdo con la legislación y la normativa interna del Grupo Fedrigoni en este sentido, el importe previsto en el contrato de patrocinio se deberá anotar en los libros y registros del Grupo de una forma correcta y transparente: el Grupo Fedrigoni deberá garantizar que los pagos se efectúen exclusivamente de la manera indicada en el contrato de patrocinio y deberá comprobar previamente que el servicio se haya prestado efectivamente.

La documentación original relativa a la aprobación del patrocinio y a los controles de conformidad con lo previsto en el correspondiente documento normativo deberá conservarse durante un periodo mínimo de diez años.

Las actividades de patrocinio pueden generar ciertos problemas en relación con la lucha contra la corrupción. Por eso, todas las actividades de patrocinio deberán ser gestionadas de forma que se cumplan las leyes anticorrupción, de conformidad con la Política Global Anticorrupción del Grupo Fedrigoni.

