

GLOBAL POLICY OMAGGI, SPESE DI RAPPRESENTANZA E SPONSORIZZAZIONI



FEDRIGONI

INDICE

1. INTRODUZIONE	3
2. DESTINATARI	3
3. CAMPO DI APPLICAZIONE	3
4. SCOPO	4
5. PRINCIPI DI COMPORTAMENTO	4
6. PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	5
7. FATTISPECIE	6
7.1 Omaggi e liberalità	6
7.1.1 Offerta (erogazione) di omaggi	6
7.1.2 Ricevimento di omaggi e ospitalità da parte dei dipendenti del Gruppo	7
7.1.3 Liberalità	7
7.2 Spese di rappresentanza	8
7.2.1 Ospitalità e altre spese sostenute per conto di soggetti terzi	8
7.2.2 Spese di viaggio e alloggio a favore di terzi	10
7.3 Sponsorizzazioni	10



FEDRIGONI

1. INTRODUZIONE

Fedrigoni S.p.A. e le rispettive consociate (in seguito “Gruppo Fedrigoni”) operano in un quadro di concorrenza leale con onestà, integrità, equità, correttezza e trasparenza, nel rispetto dei dipendenti, clienti, partner commerciali e finanziari, delle collettività e comunità locali in cui il Gruppo è presente con le proprie attività.

Il Gruppo Fedrigoni offre occasionalmente pasti, omaggi e altri benefit nell’ambito delle normali attività d’impresa. Conformemente alla Global Anti-Corruption Policy, Gruppo Fedrigoni vieta l’offerta o il ricevimento di omaggi, altre liberalità e spese correlate, nonché sponsorizzazioni, ogni qualvolta possano influenzare o essere percepiti come tali da influenzare indebitamente l’esito di operazioni commerciali, o non siano altrimenti da ritenersi ragionevoli o in buona fede. L’offerta o la ricezione da parte di dipendenti o terzi che operano per conto del Gruppo di omaggi e altri benefit indebiti espone il Gruppo e il suo personale al rischio di ammende o sanzioni civili e penali.

Il presente documento ha lo scopo di definire le regole ed i principi di comportamento da seguire nella gestione del processo di omaggi, di atti di liberalità e di sponsorizzazioni, nonché altre forme di intrattenimento e le relative spese di rappresentanza, erogati su iniziativa di una delle Società del Gruppo Fedrigoni a favore di terzi oppure a seguito di richiesta di enti terzi, al fine di garantire il rispetto della normativa di riferimento e delle prescrizioni del Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D. Lgs. 231/01.

2. DESTINATARI

La presente Global policy si applica a tutti i dipendenti del Gruppo Fedrigoni, con particolare riferimento a tutti i soggetti aziendali coinvolti, a vario titolo, nel processo di gestione di omaggi, altre liberalità, spese di rappresentanza e sponsorizzazioni. Resta inteso che le disposizioni si applicano altresì ai soggetti terzi (persone fisiche e giuridiche) che prestano servizio per conto della Società (i “Destinatari”).

Nell’ambito del costante impegno del Gruppo per la compliance, tutti i Destinatari devono ricevere e leggere attentamente una copia della presente Policy, e quindi certificare: (1) di aver preso visione della Policy tramite Workday; (2) l’impegno ad attenersi alla Policy; e (3) l’impegno a riferire qualsiasi potenziale violazione della Policy mediante il Whistleblowing Channel disponibile tramite Workplace o il sito internet aziendale.

3. CAMPO DI APPLICAZIONE

La presente Global Policy si applica ai destinatari in caso di:



FEDRIGONI

- Omaggi e liberalità:
 - Offerta (Erogazione) di omaggi;
 - Ricevimento di omaggi e intrattenimenti da parte dei dipendenti del Gruppo;
 - Liberalità;
- Spese di rappresentanza:
 - Ospitalità e altre spese sostenute per conto di soggetti terzi;
 - Spese di viaggio e alloggio a favore di terzi;
- Sponsorizzazioni

elargiti verso clienti e fornitori, anche potenziali, pubblici ufficiali (come sotto definiti), funzionari di enti regolatori, o altre controparti.

I Destinatari devono consultare e seguire la presente Global Policy prima di impegnarsi in tale attività. Se un Destinatario è a conoscenza dell'effettuazione di alcuna delle suddette spese al di fuori delle regole poste dalla presente Global Policy, dovrà informare prontamente l'organo sociale investito di compiti di *compliance*, la Funzione di Internal Audit, Risk & Compliance e l'Organismo di Vigilanza (OdV) ai sensi del D. Lgs. 231/01 riguardo a presunte violazioni, anche involontarie. Qualora il Destinatario riceva un omaggio o l'offerta di altra forma di *benefit*, prima di accettare dovrà consultare la presente Global Policy.

4. SCOPO

La presente Global Policy intende fornire le linee guida e le indicazioni a cui attenersi per una corretta gestione degli omaggi, delle spese di rappresentanza e delle sponsorizzazioni. Tale Global Policy potrà essere utilizzata anche al fine di favorire l'attuazione dei disposti legislativi applicabili alla prevenzione della commissione dei reati di cui al D. Lgs. 231/01 art. 25 e art. 25 ter.

5. PRINCIPI DI COMPORTAMENTO

Gli omaggi, le altre liberalità e le spese di rappresentanza possono essere effettuati o ricevuti qualora rientrino nel contesto di atti di cortesia commerciale e siano tali da non compromettere l'integrità e/o la reputazione di una delle parti e tali da non poter essere interpretati da un osservatore imparziale come finalizzati a creare un obbligo di gratitudine o ad acquisire vantaggi in modo improprio.

Qualunque omaggio o altra liberalità, offerto a, o ricevuto dal personale Gruppo Fedrigoni e qualunque omaggio offerto dal Personale Gruppo Fedrigoni a terzi in qualsiasi circostanza, deve:

- non consistere in un pagamento in contanti;



FEDRIGONI

- essere effettuato in buona fede e in relazione a finalità di business;
- non essere motivato dal desiderio di esercitare un'influenza impropria o illecita o dall'aspettativa di reciprocità;
- essere ragionevole secondo le circostanze;
- essere conforme agli standard di cortesia professionale generalmente accettati;
- rispettare le leggi e i regolamenti locali, applicabili al Pubblico Ufficiale o al privato.

Le spese relative all'omaggistica devono essere (i) conformi alle regole interne, ai Principi del Codice Etico e al Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/01 (ii) registrate in maniera accurata e trasparente tra le scritture contabili della società con sufficiente dettaglio e (iii) supportate da appropriata documentazione.

I regali, gli omaggi e le spese di cortesia devono essere sempre documentati in modo adeguato, per consentire le verifiche da parte degli organi preposti al controllo, quali la Funzione di Internal Audit Risk & Compliance e l'Organismo di Vigilanza.

6. PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Ai rappresentanti della Pubblica Amministrazione o a loro familiari non deve essere offerto, né direttamente né indirettamente, alcun regalo, prestazione gratuita, beneficio materiale o altri vantaggi di qualsiasi natura che possano apparire connessi con il rapporto di affari con il Gruppo Fedrigoni o volti ad influenzarne l'indipendenza di giudizio. Ogni eccezione a tale divieto deve essere notificata al Responsabile della Funzione Internal Audit, Risk & Compliance di Gruppo e approvata dall'Amministratore Delegato di Gruppo o dal Direttore della BU di riferimento.

Eventuali relazioni con gli organismi appartenenti alla Pubblica Amministrazione devono essere improntate alla trasparenza, alla collaborazione costruttiva ed al rispetto del Codice Etico di Gruppo.

È vietata qualsiasi attività impropria svolta direttamente o anche attraverso interposta persona, finalizzata ad influenzare l'indipendenza di giudizio degli organismi appartenenti alla Pubblica Amministrazione o ad assicurare un qualsiasi vantaggio al Gruppo Fedrigoni.



7. FATTISPECIE

7.1 Omaggi e liberalità

7.1.1 Offerta (erogazione) di omaggi

In generale, il Gruppo scoraggia l'offerta di omaggi. Tuttavia, le consuetudini commerciali possono richiedere l'offerta di omaggi di modesto valore alle controparti come segno di cortesia.

Sono autorizzati a effettuare omaggi di modico valore esclusivamente i Direttori di Funzione a livello di Gruppo, i Direttori di Business Unit, i Direttori Commerciali di Business Unit e i primi riporti di questi ultimi e i Direttori Marketing di Business Unit e i primi riporti di questi ultimi. I dipendenti autorizzati da uno dei soggetti sopra nominati possono donare omaggi e liberalità di modico valore.

La donazione di beni di modico valore deve essere di natura appropriata e non contrastare con le disposizioni di legge né poter essere interpretati come richiesta di favori in contropartita.

In talune circostanze è ammessa l'offerta di omaggi di valore superiore a 100€, previa approvazione da parte del Direttore Commerciale o del Direttore Marketing di Business Unit o dei primi riporti di questi, nonché del Direttore della Business Unit o del "local leader" di riferimento, che terranno conto dei principi che seguono nel determinare se concedere l'approvazione:

- valutazione delle circostanze in cui viene offerto l'omaggio. Se l'omaggio viene offerto per consuetudine, ad esempio per un matrimonio o una nascita per cui è consuetudine tra colleghi fare regali, è probabile che sia considerato opportuno;
- valutazione della relazione con il beneficiario;
- valutazione del tipo di omaggio (e.g. sono severamente vietati gli omaggi in contanti o equivalenti);
- gli omaggi devono essere ammessi sia ai sensi della legislazione locale, sia in base alle politiche del datore di lavoro del destinatario (i Destinatari devono avere consapevolezza del fatto che in altre aziende o uffici governativi sono in vigore procedure simili in materia di doni e intrattenimenti che limitano il valore ammissibile degli omaggi, e in alcuni casi possono essere più stringenti delle politiche del Gruppo);
- tutti gli omaggi devono essere presentati apertamente in piena trasparenza.

Tutti gli omaggi devono essere adeguatamente registrati nei libri contabili della società del Gruppo cui appartiene il donante con nome, posizione e società del beneficiario, motivazione dell'omaggio, e ricevuta dettagliata con il relativo costo.



FEDRIGONI

Per qualsiasi domanda sull'adeguatezza della spesa prevista, si raccomanda di consultare il proprio superiore. Per ogni domanda circa le modalità di applicazione di questa Global Policy, si raccomanda di consultare gli organi sociali investiti di compiti in materia di compliance, quale, la Funzione di Internal Audit Risk & Compliance e, per le società italiane, l'Organismo di Vigilanza (OdV) ai sensi del D. Lgs. 231/01.

7.1.2 Ricevimento di omaggi e ospitalità da parte dei dipendenti del Gruppo

Il Gruppo Fedrigoni vieta la richiesta di omaggi o intrattenimenti da parte dei dipendenti della Società. Qualora un destinatario, ai sensi del paragrafo 7.1.1, si veda offrire un omaggio è tenuto a rispettare i seguenti principi:

- i dipendenti possono accettare soltanto omaggi di modico valore. In ogni caso, gli omaggi che i dipendenti possono accettare sono unicamente quelli di natura appropriata, che non contrastano con le disposizioni di legge, e non devono essere interpretati come richiesta di favori in contropartita;
- i dipendenti devono rifiutare omaggi od ospitalità, laddove possano influire o essere percepiti come tali da influenzare l'esito di operazioni commerciali, o non siano altrimenti da ritenersi ragionevoli o in buona fede;
- i dipendenti devono rifiutare omaggi od ospitalità che siano lussuosi, di valore eccessivo per il Gruppo, se resi noti.

Se all'atto pratico o secondo cortesia non è possibile rifiutare l'omaggio, e tuttavia il ricevimento costituisce violazione della presente Global Policy, il Destinatario deve informare immediatamente il proprio superiore nonché la Funzione Internal Audit, Risk & Compliance e seguire il suo suggerimento.

7.1.3 Liberalità

Per erogazione liberale si intende una donazione volontaria, effettuata allo scopo di sostenere particolari finalità, senza alcun obiettivo di ottenere, quale controprestazione, particolari benefici. Le erogazioni possono essere in denaro o in natura. A titolo esemplificativo, sono considerate erogazioni liberali: le donazioni finalizzate a supportare iniziative socialmente utili o attività culturali, come gli atti di trasferimento a titolo gratuito di denaro o le cessioni gratuite di beni a favore di ONLUS, la beneficenza a favore delle ONG, le donazioni alle università o agli Enti di ricerca.

Il Gruppo Fedrigoni può aderire a richieste di contributi liberali (e.g. donazioni) limitatamente a proposte provenienti da enti, associazioni ed organizzazioni non profit o che risultino di valore culturale, benefico, scientifico ed artistico. Le attività oggetto di contributo possono riguardare i temi del sociale, della scienza, dell'ambiente, della sicurezza, della salute, dello sport, dello spettacolo e dell'arte. In ogni caso, nella scelta delle proposte a cui aderire, si deve prestare



FEDRIGONI

particolare attenzione verso ogni possibile insorgenza di conflitto di interessi ed ogni operazione finanziaria ed economica a tal fine deve essere perfettamente tracciabile.

Nella gestione del processo di erogazione delle liberalità, deve essere tenuto in considerazione l'assoluto divieto di donazioni a partiti politici, enti segnalati da membri della Pubblica Amministrazione o enti caritatevoli effettuate al fine di ottenere o conservare occasioni d'affari o per ottenere un indebito vantaggio commerciale.

Il processo di autorizzazione ed effettuazione di erogazioni liberali prevede che:

- possano essere effettuate donazioni solo a fronte di specifica richiesta/proposta da parte dell'Ente Beneficiario e in relazione ad un progetto predeterminato;
- la Funzione Internal Audit Risk & Compliance verifichi, con l'ausilio di società specializzate, lo standing reputazionale dell'ente beneficiario e l'assenza di conflitti di interesse, nonché la congruità della somma erogata in relazione al progetto cui la stessa è destinata;
- la proposta di donazione sia approvata un Direttore di Business Unit.

Prima di provvedere all'erogazione deve essere sottoscritto un apposito contratto in collaborazione con il Dipartimento Legal del Gruppo che preveda, tra l'altro, clausole in materia di compliance, la descrizione della liberalità, l'indicazione del valore, della ragione e della finalità (quali, la ricerca e lo sviluppo di tecnologie e progetti che siano coerenti con il business aziendale; l'adesione a progetti umanitari, culturali; etc.) nonché l'obbligo da parte dell'Ente beneficiario di rendicontare le attività svolte con le risorse erogate dalla Società.

7.2 Spese di rappresentanza

Con l'espressione "spese di rappresentanza" s'intende la cessione gratuita di beni o servizi a favore di terzi destinata a promuovere l'immagine del Gruppo Fedrigoni effettuata da dipendenti durante trasferte di lavoro o per l'accoglimento e l'accompagnamento di clienti attuali o potenziali. Costituiscono a titolo esemplificativo spese di rappresentanza le spese legate al pagamento di hotel, ristoranti, colazioni e rinfreschi organizzati all'interno o all'esterno del Gruppo, le spese per feste, ricevimenti o altri eventi di intrattenimento organizzati in occasione di fiere.

7.2.1 Ospitalità e altre spese sostenute per conto di soggetti terzi

Le spese per la partecipazione ad eventi e di ospitalità comprendono pasti ed eventi quali concerti o manifestazioni sportive. Gli eventi e l'ospitalità che coinvolgono clienti, fornitori e/o partner commerciali possono essere appropriati in determinate circostanze. Tali spese devono essere correlate alla legittima promozione dei prodotti o servizi del Gruppo Fedrigoni o all'esecuzione o adempimento dei suoi contratti con i clienti.



FEDRIGONI

I pagamenti relativi alle spese per la partecipazione ad eventi devono essere effettuati dalla società del Gruppo Fedrigoni direttamente al fornitore del servizio, e non devono essere erogati sotto forma di rimborso al beneficiario.

Sono autorizzati a sostenere spese per ospitalità i Direttori di Funzione a livello di Gruppo, i Direttori di Business Unit e il personale della Funzione Commerciale fino ai capi-filiale.

Tutte le spese per la partecipazione ad eventi e di ospitalità devono essere approvate da parte del Direttore Commerciale della Business Unit, che terrà conto dei seguenti principi per concedere l'approvazione.

- Valutazione dei partecipanti:
 - un rappresentante del Gruppo Fedrigoni deve partecipare al pasto o all'evento con il cliente o il partner commerciale.
 - le spese per soggetti diversi da dipendenti, clienti o partner commerciali del Gruppo (e.g. coniugi o persone che intrattengono relazioni con i partner del Gruppo) richiedono sempre una preventiva autorizzazione a fronte di specifica motivazione da parte del richiedente.
- Valutazione dei costi (e.g. sono vietate le spese in occasione di pasti che possano apparire eccessive rispetto ad una legittima finalità di business ed ai conformi standard di cortesia professionale generalmente accettati).
- Valutazione del tipo di intrattenimento (e.g. sono vietate le spese per intrattenimenti che possano apparire contrarie al buon gusto, eccessive rispetto ad una legittima finalità di business ed ai conformi standard di cortesia professionale generalmente accettati).

L'offerta delle spese per pasti ed eventi deve essere ammessa sia ai sensi della legislazione locale, sia in base alle politiche del datore di lavoro del destinatario.

Per qualsiasi domanda sull'applicazione della presente Global Policy e delle procedure locali sulla medesima materia, si raccomanda di consultare il proprio superiore e/o gli organi sociali investiti di compiti in materia di compliance, quale la Funzione di Internal Audit Risk & Compliance e, per le società italiane, l'Organismo di Vigilanza (OdV) ai sensi del D. Lgs. 231/01

Tutte le spese devono essere adeguatamente registrate nei libri contabili della società del Gruppo coinvolta, con nome, posizione e società dei partecipanti, motivazione della spesa, e ricevuta dettagliata dei relativi costi.



FEDRIGONI

7.2.2 Spese di viaggio e alloggio a favore di terzi

In determinate circostanze, spese di viaggio ragionevoli a favore di clienti, anche potenziali, possono essere ammissibili qualora legittimate da specifiche esigenze di business. Ad esempio, possono essere sostenute spese di viaggio di un cliente per la visita presso gli uffici o stabilimenti del Gruppo Fedrigoni per la presentazione di prodotti o il chiarimento delle capacità produttive del Gruppo per la prestazione di servizi a un potenziale cliente.

Tutte le spese di viaggio e alloggio a favore di terzi devono essere approvate da parte del Direttore commerciale, che terrà conto dei seguenti principi per concedere l'approvazione:

- i viaggi devono essere adeguati agli standard di cortesia professionali generalmente accettati in relazione alle finalità di business legittime ma ragionevoli secondo le circostanze ed in ogni caso tali da non apparire motivati dalla volontà di esercitare un'influenza impropria o illecita.
- sono vietati il pagamento di diarie in contanti e spese non correlate ad attività commerciali nonché gli esborsi a favore di amici o famigliari di un cliente o controparte commerciale.
- la società effettuerà il pagamento direttamente al fornitore del viaggio o dell'alloggio.
- tali spese devono essere ammesse sia ai sensi della legislazione locale, sia in base alle politiche del datore di lavoro del destinatario.

Per qualsiasi domanda sull'applicazione della presente Global Policy e delle procedure locali sulla medesima materia, si raccomanda di consultare il proprio superiore e/o gli organi sociali investiti di compiti in materia di compliance, quale, per le società italiane, la Funzione di Internal Audit Risk & Compliance l'Organismo di Vigilanza (OdV) ai sensi del D. Lgs. 231/01.

Tutte le spese devono essere adeguatamente registrate nei libri contabili della società del Gruppo coinvolta, con nome, posizione e società del beneficiario, motivazione della spesa, e ricevuta dettagliata dei relativi costi.

7.3 Sponsorizzazioni

La sponsorizzazione prevede la partecipazione da parte del Gruppo Fedrigoni al finanziamento di un evento (a titolo esemplificativo: sportivo, culturale, sociale o di intrattenimento), una manifestazione o altre attività, che abbiano rilevanza valoriale, di pubblico interesse, organizzata da un soggetto terzo, in cambio dell'esposizione mediatica della ragione sociale/logo istituzionale/marchio del Gruppo Fedrigoni in specifici spazi pubblicitari e/o differenti supporti di comunicazione, con la finalità, pertanto, di ottenere un congruo ritorno pubblicitario, promozionale ed di immagine. Non sono, quindi, assimilati alle sponsorizzazioni i singoli contributi a titolo di liberalità, concessi senza l'accordo contrattuale di esposizione del logo istituzionale del Gruppo.



FEDRIGONI

In tal modo, le società del Gruppo possono sponsorizzare eventi esclusivamente per finalità di promozione dell'immagine del Gruppo Fedrigoni, dei suoi servizi e/o del suo brand. Le sponsorizzazioni sono remunerate sotto forma di denaro o altre forme di sostegno trasparenti (a titolo esemplificativo, con il prodotto "carta"), predeterminate ed economicamente quantificabili, associate ad un evento, un'attività o un'iniziativa nella quale vengano promossi l'immagine o il brand del Gruppo o delle sue società.

Il processo di erogazione di una sponsorizzazione prevede la formalizzazione accurata, trasparente e dettagliata della richiesta e dell'approvazione, sempre per iscritto e motivata, da parte della Funzione richiedente, mediante la specificazione della causale, della finalità e delle motivazioni aziendali connesse all'erogazione, nonché la verifica dell'insussistenza di situazioni di conflitto di interesse, in particolare nei confronti di soggetti pubblici che possono, direttamente o indirettamente, favorire le attività delle Società.

In particolare, la richiesta di sponsorizzazione deve contenere:

- per il soggetto beneficiario:
 - dati anagrafici (denominazione o ragione sociale, indirizzo, ecc.);
 - attività svolta;
 - indicazione se trattasi di soggetti che rivestono cariche pubbliche o sono dipendenti di enti pubblici (o equiparati);
 - elenco di altre iniziative attivate in precedenza nei confronti del medesimo soggetto beneficiario.
- finalità e motivazioni aziendali connesse all'erogazione;
- valore economico dell'erogazione, se presente una pre-assegnazione in sede di budget e la congruità dell'importo;
- eventuale presenza di conflitto di interessi, in particolare nei confronti di soggetti pubblici che possano, direttamente o indirettamente, favorire le attività delle Società del Gruppo Fedrigoni.

La richiesta della sponsorizzazione deve essere supportata da un'adeguata descrizione circa la natura e la finalità della singola iniziativa, una due diligence sul potenziale partner del contratto di sponsorizzazione e la verifica della legittimità dell'iniziativa in base alle leggi applicabili.

L'erogazione di una sponsorizzazione deve rispettare i seguenti principi:

- coerenza tra le attività di sponsorizzazione poste in essere ed il budget approvato;
- affidabilità dei partner in contratti di sponsorizzazione, che devono essere soltanto enti o individui ben noti; nel caso di società, il partner in un contratto di sponsorizzazione deve



FEDRIGONI

dimostrare di avere tutte le certificazioni e di aver soddisfatto tutti i requisiti per operare nel rispetto delle leggi applicabili;

- formalizzazione del contratto di sponsorizzazione redatto per iscritto. Il contratto di sponsorizzazione deve contenere:
 - la valuta e l'ammontare pagato ai sensi del contratto di sponsorizzazione;
 - la prescrizione che, in linea con le prescrizioni legislative e interne del Gruppo Fedrigoni in materia e con il Codice Etico, i pagamenti siano effettuati esclusivamente in favore della controparte e nel Paese di costituzione della controparte, esclusivamente sul conto registrato della controparte, come indicato nel contratto, e mai su conti cifrati o in contanti;
 - l'impegno della controparte a rispettare le leggi applicabili, le Leggi Anticorruzione e le disposizioni anticorruzione previste dal contratto di sponsorizzazione, e a registrare nei propri libri e registri in modo corretto e trasparente l'ammontare ricevuto;
 - le previsioni contrattuali relative alla "Responsabilità Amministrativa" che Fedrigoni S.p.A. e le altre Società del Gruppo devono inserire nei contratti dalle stesse sottoscritti.

In linea con le prescrizioni legislative e interne del Gruppo Fedrigoni in materia, l'ammontare pagato in coerenza con il contratto di sponsorizzazione deve essere registrato nei libri e registri del Gruppo in modo corretto e trasparente; Gruppo Fedrigoni deve assicurare che i pagamenti siano effettuati esclusivamente come indicato nel contratto di sponsorizzazione, previa verifica che il servizio sia stato effettivamente fornito.

La documentazione in originale relativa all'approvazione della sponsorizzazione e ai controlli di conformità con quanto previsto nel relativo documento normativo deve essere conservata per almeno dieci anni.

Le attività di sponsorizzazione possono generare problematiche in tema anticorruzione. Per tale ragione tutte le attività di sponsorizzazione devono essere gestite, al fine di garantire il rispetto delle Leggi Anticorruzione, in coerenza con quanto previsto nella Global Anti-Corruption Policy di Gruppo Fedrigoni.

