



# Politica in materia di *engagement* con gli azionisti

Geox S.p.A.

Approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 25 febbraio 2021 e  
aggiornata in data 11 novembre 2021

## Sommario

ARTICOLO 1 – SCOPO E AMBITO DI APPLICAZIONE.....	3
ARTICOLO 2 – DEFINIZIONI .....	4
ARTICOLO 3 – OGGETTO DELL’ <i>ENGAGEMENT</i> .....	5
ARTICOLO 4 – ORGANI COINVOLTI E COMPETENZE .....	7
ARTICOLO 5 – PROCEDURE DI <i>ENGAGEMENT</i> .....	9
ARTICOLO 6 – MODALITA’ E TEMPISTICHE DI <i>ENGAGEMENT</i> .....	11
ARTICOLO 7 – CASI DI RIFIUTO DI <i>ENGAGEMENT</i> .....	13
ARTICOLO 8 – GESTIONE DELLE INFORMAZIONI .....	14
ARTICOLO 9 – MONITORAGGIO E MODIFICHE DELLA POLITICA .....	14

## ARTICOLO 1 – SCOPO E AMBITO DI APPLICAZIONE

Il presente documento contiene i principi e le regole generali relativi alla conduzione da parte della Società di un'attività di *engagement* efficace e reciprocamente proficua con la generalità degli azionisti attuali, in particolare con gli investitori istituzionali e i gestori di attivi, attraverso procedure riguardanti la definizione delle modalità di organizzazione e di conduzione dei dialoghi o delle altre interazioni con tali soggetti (la “**Politica di Engagement**” o la “**Politica**”).

La Politica di Engagement è adottata dalla Società su base volontaria e tiene conto del quadro legislativo e regolamentare, comunitario e nazionale, in materia, non da ultimo della Direttiva (UE) 2017/828 riguardante l'incoraggiamento dell'impegno a lungo termine degli azionisti (c.d. Direttiva Azionisti II), come recepita con D.Lgs. 49/2019, delle indicazioni contenute nel nuovo Codice di Corporate Governance, entrato in vigore il 1 gennaio 2021, dei Principi Italiani di *Stewardship* redatti da Assogestioni, per quanto non direttamente rivolti agli emittenti, nonché delle *best practice* anche internazionali.

Il nuovo Codice di Corporate Governance prevede che “*l'organo di amministrazione promuove, nelle forme più opportune, il dialogo con gli azionisti e gli altri stakeholder rilevanti per la società*” (art. 1, principio IV). L'obiettivo principale della Politica di Engagement è dunque quello di favorire la creazione di canali aperti, diretti ed efficaci di comunicazione con la generalità degli azionisti, e in particolare con gli investitori istituzionali e i gestori di attivi, e di agevolare una migliore comprensione delle reciproche prospettive, a vantaggio di entrambe le parti. Tutto ciò sul presupposto che tali pratiche apportino numerosi benefici agli emittenti, tra i quali, ad esempio:

- (a) la possibilità di far conoscere e spiegare i propri processi interni, l'approccio seguito e le motivazioni delle proprie scelte, con particolare riguardo a specifiche tematiche e decisioni di *governance* di interesse per gli azionisti;
- (b) la possibilità di creare, anche proattivamente, canali diretti e aperti per una comunicazione significativa e produttiva per poter avere un confronto costruttivo su tematiche di rilievo per la Società e i suoi Azionisti, in modo da fornire informazioni sul contesto di riferimento del *business* in cui opera la società nonché di illustrare decisioni di particolare rilievo adottate dagli organi sociali oppure, specialmente in occasione di *corporate crisis*, per chiedere il supporto degli investitori qualificati;
- (c) la possibilità di conoscere e comprendere la prospettiva degli azionisti sulle questioni di *business* e di *governance*, come l'operato del *board* e le relative decisioni strategiche siano percepite dal mercato, nonché di acquisire informazioni sui *desiderata* degli investitori qualificati in riferimento ad esempio a requisiti e competenze dei componenti dell'organo di amministrazione.

La presente Politica formalizza l'approccio della Società alla gestione del S-D Engagement (come di seguito definito), in particolare per gli aspetti che comportano il coinvolgimento dei componenti degli organi di vertice della Società, integrando nel sistema di governo societario della Società la regola di condotta contenuta nel Codice di Corporate Governance, ove si prevede che “*l'organo di amministrazione, su proposta del Presidente formulata d'intesa con il chief executive officer, adotta e descrive nella relazione sul governo societario una politica per la gestione del dialogo con la generalità degli azionisti, anche tenendo conto delle politiche di*

*engagement adottate dagli investitori istituzionali e dai gestori di attivi. Il Presidente assicura che l'organo di amministrazione sia in ogni caso informato, entro la prima riunione utile, sullo sviluppo e sui contenuti significativi del dialogo intervenuto con tutti gli azionisti"* (art. 1, raccomandazione n. 3).

Destinatari della presente Politica sono gli azionisti attuali della Società, titolari su base individuale di una partecipazione pari almeno allo 0,25% dei diritti di voto esercitabili in assemblea, in particolare investitori istituzionali e gestori di attivi, che abbiano interesse a ottenere informazioni e/o a dialogare con la Società e rispetto ai quali tale interazione riveste un interesse anche per la Società medesima (i "**Destinatari**").

In particolare, la Politica disciplina le fattispecie di interazione diretta tra i Destinatari e i rappresentanti della Società, in particolare i componenti dell'organo amministrativo ("**Shareholder-Director Engagement**" o "**S-D Engagement**"). Le forme di dialogo considerate sono sia quelle c.d. *one-way*, ossia quelle in cui sono solo gli investitori qualificati a esporre agli amministratori la loro visione su specifiche questioni, sia quelle c.d. *two-way*, ove si dà luogo a un effettivo scambio reciproco di informazioni fra i Destinatari e la Società.

Restano ferme le altre forme "tradizionali" di *engagement* e/o di rapporto con gli azionisti, compresi gli azionisti *retail* quali, ad esempio, la partecipazione alle assemblee, le comunicazioni dirette con la comunità finanziaria, il sito istituzionale della Società, i comunicati diffusi al mercato, i social media, gli Investor Day, i rapporti con la funzione Investor Relations, i rapporti con la funzione Affari Legali e Societari e gli altri canali di comunicazione di volta in volta utilizzati (le "**Altre Forme di Engagement**"), rispetto alle quali sussiste la necessità di assicurare un adeguato coordinamento ad opera degli organi di vertice della Società.

\* \* \*

## ARTICOLO 2 – DEFINIZIONI

In aggiunta ai termini definiti altrove nel presente documento, quelli con le iniziali maiuscole qui sotto riportati sono definiti come di seguito.

**"Informazione Privilegiata"**: ai sensi dell'art. 7(1) MAR per informazione privilegiata si intende *"un'informazione di carattere preciso, che non è stata resa pubblica, concernente direttamente o indirettamente, uno o più emittenti o uno o più strumenti finanziari (come definiti infra) che, se resa pubblica, potrebbe avere un effetto significativo sui prezzi di tali strumenti finanziari o sui prezzi di strumenti finanziari collegati"*. *"In relazione agli strumenti derivati su merci, un'informazione avente un carattere preciso, che non è stata resa pubblica, concernente, direttamente o indirettamente, uno o più di tali strumenti derivati o concernente direttamente il contratto a pronti su merci collegato, e che, se resa pubblica, potrebbe avere un effetto significativo sui prezzi di tali strumenti derivati o sui contratti a pronti su merci collegati e qualora si tratti di un'informazione che si possa ragionevolmente attendere sia comunicata o che debba essere obbligatoriamente comunicata conformemente alle disposizioni legislative o regolamentari dell'Unione o nazionali, alle regole di mercato, ai contratti, alle prassi o alle consuetudini, convenzionali sui pertinenti mercati degli strumenti derivati su merci o a pronti"*.

Un'informazione si ritiene di *carattere preciso* se:

- (a) si riferisce ad un complesso di circostanze esistente o che si possa ragionevolmente prevedere che verrà ad esistenza o ad un evento verificatosi o che si possa ragionevolmente prevedere che si verificherà;
- (b) è sufficientemente specifica da consentire di trarre conclusioni sul possibile effetto del complesso di circostanze o dell'evento di cui alla lettera (a) sui prezzi degli strumenti finanziari o del relativo strumento finanziario derivato, dei contratti a pronti su merci o dei prodotti oggetto d'asta sulla base delle quote di emissioni.

Per informazione che, se comunicata al pubblico, *avrebbe probabilmente un effetto significativo sui prezzi* degli strumenti finanziari, si intende un'informazione che un investitore ragionevole utilizzerebbe come uno degli elementi su cui fondare le proprie decisioni di investimento.

Inoltre, nel caso di un *processo prolungato* che è inteso a concretizzare, o che determina, una particolare circostanza o un particolare evento, tale futura circostanza o futuro evento, nonché le tappe intermedie di detto processo che sono collegate alla concretizzazione o alla determinazione della circostanza o dell'evento futuro, possono essere considerate informazioni aventi carattere preciso. Tale tappa intermedia è considerata un'informazione privilegiata se presenta anche gli altri criteri sopra menzionati riguardanti le informazioni privilegiate.

**“Informazione Rilevante”**: si intende un'informazione idonea, a giudizio della Società, ad assumere, in un secondo momento, natura di Informazione Privilegiata.

**“Informazione Riservata”**: si intende ogni informazione e notizia, anche diversa dalle Informazioni Privilegiate, Rilevanti o Sensibili, che riguarda la Società e/o una società del gruppo, che non sia di pubblico dominio e che per il suo oggetto o per altre sue caratteristiche la Società possa avere interesse a tenere confidenziale.

**“Informazione Sensibile”**: qualsiasi informazione che debba essere tenuta confidenziale per sua natura o in dipendenza di obblighi legali o contrattuali, anche perché commercialmente sensibile (ovverosia un'informazione non pubblica, di natura strategica, riguardante il comportamento commerciale della Società o di una società del gruppo che, se resa accessibile a un concorrente, sarebbe potenzialmente idonea a influenzare le scelte competitive del concorrente).

\* \* \*

## ARTICOLO 3 – OGGETTO DELL'ENGAGEMENT

Nella prospettiva di perseguire, attraverso l'S-D Engagement, un miglior allineamento tra gli interessi di lungo termine della Società e quelli dei Destinatari, la Società definisce il rapporto tra tale forma di dialogo e le Altre Forme di Engagement, in una prospettiva di naturale complementarità ed *escalation*.

Sussiste un generale interesse della Società a proporre o accettare richieste di S-D Engagement con riferimento alle seguenti tematiche (le **“Materie di Engagement”**), senza tuttavia che questo comporti alcun obbligo di accettare qualsiasi *engagement* su tali materie:

- (a) la trasparenza e la comunicazione societaria nei confronti del mercato;
- (b) il sistema di *corporate governance* della Società in generale;
- (c) la composizione dell'organo di amministrazione, anche in termini di dimensione, requisiti di professionalità, onorabilità e/o indipendenza, e *diversity*;
- (d) l'istituzione e/o la composizione di comitati endo-consiliari;
- (e) la politica di remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche;
- (f) il piano per la successione dell'Amministratore Delegato e degli altri amministratori esecutivi;
- (g) il sistema di controllo interno e gestione dei rischi, in particolare con riferimento all'informativa finanziaria;
- (h) tematiche di natura ambientale, sociale e di sostenibilità (c.d. *ESG*);
- (i) gli eventi straordinari e/o di particolare rilievo che possano incidere significativamente sulle prospettive della società e/o sulla sua reputazione;
- (j) le proposte di modifiche statutarie;

Nel valutare se formulare una proposta o accogliere una richiesta di S-D Engagement, gli organi competenti della Società dovrebbero tenere conto dei seguenti criteri (non necessariamente nel seguente ordine di importanza) (i “**Criteri**”), da valutarsi con riferimento ai Destinatari:

- (a) la rilevanza, quantitativa ma non solo, nel contesto degli assetti proprietari della Società, dell'azionista o degli azionisti che si pongono come controparte dell'iniziativa di S-D Engagement, nonché la natura e la strategia del loro investimento, anche al fine di effettuare un bilanciamento tra costi e opportunità di ciascuna iniziativa;
- (b) il rispetto di eventuali limiti normativi, regolamentari e/o di autodisciplina, in particolare per quanto concerne la normativa sulla gestione di informazioni privilegiate e sul *market sounding*, nonché la normativa sugli assetti proprietari e sul concerto nella disciplina delle offerte pubbliche;
- (c) la pertinenza degli argomenti concretamente oggetto di una richiesta di S-D Engagement con le Materie di Engagement, il grado di serietà e la significatività degli stessi;
- (d) il potenziale interesse dell'argomento da trattare per un vasto numero di investitori qualificati o per investitori qualificati di un certo rilievo e/o con particolari caratteristiche e/o per il mercato, se del caso definendone i relativi criteri di individuazione, tenendo conto anche del numero di richieste pervenute, anche in precedenza, sullo stesso argomento;
- (e) l'effettiva rilevanza dell'S-D Engagement e la sua prevedibile utilità, anche nella prospettiva della creazione di valore nel lungo termine, tenendo altresì conto di precedenti esperienze di *engagement*;

- (f) il comportamento del Destinatario in precedenti votazioni assembleari e, più in generale, l'approccio dell'investitore qualificato in materia di investimenti e *corporate governance*, anche al di fuori della relazione specifica con la Società (*i.e.* il suo *track record* sul mercato);
- (g) il prevedibile approccio dei Destinatari rispetto alle materie oggetto di S-D Engagement, anche tenuto conto delle politiche di impegno adottate dagli investitori istituzionali e dai gestori di attivi.

Il Consiglio di Amministrazione della Società stabilirà di volta in volta, prima di dare riscontro ai Destinatari richiedenti, gli argomenti oggetto di discussione coerenti con le Materie di Engagement e i Destinatari con i quali deciderà di stabilire un dialogo, tenendo conto dei Criteri di cui sopra e previa verifica della compatibilità con il quadro normativo, regolamentare e di autodisciplina applicabile.

\* \* \*

## ARTICOLO 4 – ORGANI COINVOLTI E COMPETENZE

In conformità alle disposizioni di legge e dello statuto sociale, spetta al Consiglio di Amministrazione la competenza ultima in materia di S-D Engagement. Nell'esercizio di tale competenza, il Consiglio di Amministrazione adotta la Politica e ne monitora costantemente l'efficacia, definisce gli assetti organizzativi e i flussi informativi in modo tale da assicurare un buon dialogo con gli azionisti e un adeguato grado di informazione ai componenti del Consiglio stesso in merito alle aspettative di quest'ultimi, nonché conferisce al Presidente e all'Amministratore Delegato – secondo quanto ivi meglio precisato – i poteri e le attribuzioni necessarie per dare attuazione a quanto previsto dalla presente Politica, il tutto avuto riguardo dell'interesse della Società, ferma la facoltà di modificare la Politica di Engagement secondo quanto previsto dal successivo Articolo 9.

Di seguito sono riportati principali organi e funzioni della Società che partecipano alle attività relative all'S-D Engagement, con le relative attribuzioni di massima, ferme restando le previsioni di maggior dettaglio contenute nei successivi Articoli della Politica.

- (i) Consiglio di Amministrazione: sovrintende e indirizza l'attività di S-D Engagement attraverso l'adozione e la successiva modifica della presente Politica e degli eventuali documenti attuativi, nonché il monitoraggio costante dell'efficacia degli stessi; esamina le richieste di S-D Engagement pervenute che siano sottoposte alla propria attenzione da parte del Presidente, fermo restando il potere di chiedere di proprio impulso al Presidente che siano sottoposte alla sua valutazione specifiche richieste di S-D Engagement di cui sia a conoscenza; definisce le attribuzioni degli altri organi e funzioni e conferisce le eventuali deleghe necessarie per l'implementazione ed esecuzione delle procedure di cui alla presente Politica.
- (ii) Presidente: d'intesa con l'Amministratore Delegato e con il supporto del Segretario, svolge una funzione di raccordo tra il Consiglio di Amministrazione e gli altri organi e funzioni coinvolte nel processo di S-D Engagement (in particolare, gli amministratori che partecipano agli incontri con gli azionisti), al fine di:

- (a) favorire un ordinato e coordinato svolgimento delle attività di S-D Engagement, in conformità alle procedure e modalità previste;
  - (b) individuare le attività di S-D Engagement che richiedono una valutazione da parte del Consiglio di Amministrazione prima di essere intraprese, se del caso;
  - (c) con riferimento all'S-D Engagement *two-way*, garantire, con il supporto del Segretario, un'adeguata preparazione degli incontri con gli azionisti, attraverso il presidio dei processi di individuazione dei soggetti partecipanti e la raccolta dalle funzioni societarie competenti delle informazioni necessarie per trattare adeguatamente le tematiche oggetto di *engagement*;
  - (d) garantire che nel corso di iniziative S-D Engagement *two-way* non siano fornite agli azionisti Informazioni Privilegiate, Informazioni Rilevanti o Informazioni Sensili, o comunque informazioni che potrebbero assumere tali caratteri a giudizio del Presidente medesimo;
  - (e) garantire una tempestiva e adeguata informativa *ex post* al Consiglio di Amministrazione in merito all'attività di S-D Engagement svolta, con particolare riferimento alle tematiche affrontate, alle informazioni comunicate e ricevute e in generale a una valutazione complessiva circa l'esito dell'iniziativa; a tal fine, il Presidente può richiedere informazioni agli amministratori e agli altri soggetti che siano stati coinvolti nell'attività di S-D Engagement, ove non abbia partecipato di persona. In ogni caso, il Presidente assicura che il Consiglio di Amministrazione sia informato tempestivamente, e comunque entro la prima riunione utile, sullo sviluppo e sui contenuti significativi del dialogo intervenuto con tutti gli azionisti, con particolare riferimento ai casi in cui un azionista esprima significative preoccupazioni in tema di *engagement*. È rimesso al Presidente – che potrà a tal fine farsi affiancare dall'Amministratore Delegato, oltre che richiedere informazioni agli amministratori e agli altri soggetti che siano stati coinvolti nell'attività di S-D Engagement – il compito di valutare, in prima battuta, la significatività, o meno, dei contenuti del dialogo condotto e delle preoccupazioni eventualmente espresse dagli azionisti.
- (iii) Amministratore Delegato: affianca il Presidente nell'esecuzione dei compiti affidati a quest'ultimo in relazione all'S-D Engagement, secondo le modalità e il grado di coinvolgimento disciplinati nella presente Politica; congiuntamente con il Presidente, sottopone al Consiglio di Amministrazione le eventuali richieste di S-D Engagement; partecipa alle iniziative di S-D Engagement, ove le circostanze lo rendano opportuno; congiuntamente con il Presidente, sottopone al Consiglio proposte di modifica relative alla gestione del dialogo con gli azionisti (eventualmente su impulso di uno specifico comitato *ad hoc*, ove nominato). Nell'ottica di stabilire un riparto di competenze commisurato agli impegni e alle competenze di ciascuno, nonché al fine di garantire un impegno adeguato nell'attività di S-D Engagement, anche in termini di tempo, all'Amministratore Delegato è affidato in via generale il compito di coadiuvare il Presidente con riferimento a tale materia, ferma restando la facoltà di esercitare tutte le prerogative e i poteri di cui sia titolare che possano venire in rilievo in tale contesto. Inoltre, alla luce delle precedenti o di altre considerazioni, l'Amministratore Delegato potrà, con riferimento a singole iniziative di S-D Engagement assentire informalmente a che



Presidente proceda in autonomia, nei limiti delle proprie competenze e in conformità a quanto previsto dalla Politica di Engagement.

- (iv) Comitato endo-consiliare: il Consiglio di Amministrazione può affidare a un comitato endo-consiliare già esistente oppure istituito appositamente, purché in entrambi i casi composto da una maggioranza di amministratori indipendenti, lo svolgimento di attività istruttorie e consultive in materia di S-D Engagement e/o di monitoraggio dell'attività svolta e dell'implementazione della presente Politica.
- (v) Segretario: opera sotto il coordinamento del Presidente e dell'Amministratore Delegato e svolge una funzione di raccordo tra quest'ultimi, da un lato, e gli altri organi e funzioni coinvolte nel processo di S-D Engagement, dall'altro, nonché coadiuva il Presidente nelle attività previste dalla presente Politica; rappresenta il punto di contatto per gli azionisti all'interno della Società e riceve da questi, anche tramite la funzione Investor Relator, le richieste di S-D Engagement, informando prontamente il Presidente e/o l'Amministratore Delegato in merito alle stesse; supervisiona e coordina i flussi informativi endo-societari preliminari e strumentali all'S-D Engagement tra le funzioni aziendali e i vertici (Amministratore Delegato e Presidente), sia in senso ascendente sia in senso discendente, nonché cura la preparazione dell'informativa da rendere al Consiglio di Amministrazione.

\* \* \*

## ARTICOLO 5 – PROCEDURE DI *ENGAGEMENT*

La Società definisce e indica nel proprio sito *web* [www.geox.biz](http://www.geox.biz), sezione Governance/Regolamenti e Procedure, il contatto iniziale per la ricezione delle richieste di S-D Engagement. Il monitoraggio e lo smistamento delle richieste ricevute, la pubblicazione delle risposte e l'organizzazione degli incontri con gli azionisti, nonché la gestione di ogni altro aspetto pratico relativo alla facilitazione di ciascuna iniziativa di S-D Engagement spetta al Segretario del Consiglio (il “**Responsabile dell'Engagement**”), con l'eventuale supporto dell'Investor Relator.

Il processo di S-D Engagement si attiva e si svolge secondo le seguenti modalità:

- (i) i Destinatari che intendono svolgere attività di S-D Engagement attraverso incontri con amministratori della Società rivolgono le loro richieste al Responsabile dell'Engagement via posta elettronica all'indirizzo [societario@geox.com](mailto:societario@geox.com), specificando almeno quanto segue: (a) le ragioni per cui intendono instaurare un dialogo con degli amministratori; (b) quale ne sia l'oggetto e quali specifici temi intendano trattare; (c) le modalità con cui intenderebbero instaurare tale dialogo; e (d) le tempistiche indicative, fermo restando che la Società potrà abbandonare una riunione qualora l'oggetto della stessa non risulti coerente con quanto in origine indicato dagli azionisti, nonché laddove la prosecuzione dell'incontro sollevi rischi di *compliance*, nella valutazione degli amministratori presenti, rispetto alla normativa applicabile;

- (ii) il Responsabile dell'Engagement, eventualmente in coordinamento con l'Investor Relator, svolge un'attività di monitoraggio preliminare delle richieste di *engagement* pervenute, anche in relazione alla possibile rilevanza delle Informazioni Sensibili con riferimento all'oggetto e ai temi di dialogo (eventualmente avvalendosi della consulenza della funzione Affari Legali e Societari, ove ritenuto opportuno), assicura tempestivi flussi informativi verso il Presidente e l'Amministratore Delegato in merito alle richieste di S-D Engagement formulate dagli azionisti;
- (iii) il Presidente valuta, con il coinvolgimento dell'Amministratore Delegato, se sulla richiesta di S-D Engagement sia opportuna una verifica da parte del Consiglio di Amministrazione in composizione collegiale, in particolare affinché tale organo:
  - (a) valuti la coerenza dell'S-D Engagement con gli interessi della Società;
  - (b) stabilisca se l'S-D Engagement debba svolgersi in modalità *one-way* oppure *two-way*;
  - (c) individui i partecipanti agli incontri con gli investitori qualificati per conto della società (valutando anche la possibilità che vi prendano parte in ogni caso il Presidente o il Segretario);
  - (d) valuti le modalità migliori per lo svolgimento degli incontri con gli investitori qualificati (di persona, in conferenza telefonica o video, e in quali luoghi) anche tenuto conto delle richieste al riguardo formulate dagli investitori qualificati;
  - (e) valuti l'eventuale adozione di misure per garantire l'assenza di trasmissione ovvero la riservatezza di Informazioni Privilegiate, Rilevanti o Sensibili (ad esempio, la richiesta agli azionisti di assumere impegni di riservatezza),

restando inteso che la valutazione del Presidente in merito al deferimento o meno della decisione al Consiglio di Amministrazione dovrà tenere conto, tra le altre cose, dell'esigenza di assicurare un procedimento spedito ed efficiente nella valutazione delle richieste di S-D Engagement, da un lato, e, dall'altro lato, della necessità di assicurarsi che l'interesse della Società in relazione a tali iniziative sia adeguatamente ponderato (specie in considerazione della rilevanza degli argomenti oggetto di dialogo);

- (iv) ove invece, secondo la valutazione del Presidente, la richiesta di S-D Engagement sia considerata positivamente e non ritenga necessaria un'ulteriore valutazione da parte del Consiglio di Amministrazione, gli aspetti sopra elencati sono definiti dal Presidente stesso, eventualmente avvalendosi del supporto delle funzioni competenti (ad esempio, del Direttore Affari Legali e Societari per quanto riguarda la valutazione della natura delle informazioni oggetto di dialogo);
- (v) il Presidente, d'intesa con l'Amministratore Delegato, dà tempestivamente riscontro – attraverso il Responsabile dell'Engagement, in coordinamento con l'Investor Relator per l'esecuzione tecnica delle comunicazioni – agli azionisti in merito alle loro richieste di S-D Engagement. Inoltre, il Presidente, dandone preventiva informativa all'Amministratore Delegato, coordina – coadiuvato dal Segretario in coordinamento con l'Investor Relator – i flussi informativi e la raccolta dalle

competenti strutture societarie delle informazioni necessarie per un'adeguata preparazione degli incontri con gli azionisti nel caso in cui avvengano con modalità *two-way*;

- (vi) gli amministratori incaricati di partecipare agli incontri con i Destinatari redigono sintesi scritte di tali incontri e, in generale, trasmettono al Presidente e al Segretario adeguati e tempestivi resoconti affinché questi ultimi possano fornire successiva ed esaustiva informativa al Consiglio di Amministrazione (ivi incluse informazioni in merito a: le tematiche sollevate dai Destinatari, le risposte fornite dai rappresentanti della Società ed eventuali proposte e/o iniziative avanzate dagli azionisti);
- (vii) il Consiglio di Amministrazione, sulla base dell'informativa ricevuta sull'attività di *engagement*, valuta se rendere pubblici tutti o alcuni dei contenuti dei dialoghi e/o delle iniziative intraprese in relazione a ciascuna iniziativa di S-D Engagement, ovvero se menzionare le proprie attività di SD-Engagement nelle proprie relazioni annuali.

Nel caso in cui sia la Società a voler avanzare proattivamente a uno o più Destinatari una richiesta di S-D Engagement, il Presidente, l'Amministratore Delegato o il Consiglio di Amministrazione, a seconda del caso, deciderà preventivamente sull'opportunità di tale iniziativa con le modalità e secondo i criteri di cui sopra. La richiesta sarà quindi rappresentata dal Segretario, in coordinamento con l'Investor Relator, alle strutture competenti del Destinatario, sulla base delle diverse forme organizzative ed eventualmente tenuto conto di pregresse esperienze di *engagement* con il medesimo.

\* \* \*

## ARTICOLO 6 – MODALITA' E TEMPISTICHE DI *ENGAGEMENT*

Le manifestazioni di S-D Engagement possono svolgersi secondo modalità alternative, tra cui, a titolo esemplificativo, mediante: (i) incontri di persona; (ii) in conferenza telefonica o video-conferenza ; (iii) scambio di *email* o di lettere; (iv) sondaggi o altre modalità di informazione diffusa (es. *e-forum*). A prescindere dalle modalità tecniche di svolgimento, esse possono tenersi sia in forma individuale (*i.e.* incontri, colloqui o comunicazioni *one-to-one* con ciascun Destinatario) oppure collettiva (*i.e.* raggruppando una pluralità di azionisti che facciano richiesta di *engagement* su temi comuni o affini).

Le manifestazioni di S-D Engagement possono svolgersi, sulla base di quanto concordato tra la Società e le altre parti coinvolte, in forma *one-way* oppure *two-way*.

In relazione allo S-D Engagement *one-way*, è previsto che:

- (i) agli incontri con i Destinatari possono partecipare sia amministratori esecutivi sia amministratori non esecutivi sia indipendenti (questi ultimi, anche in assenza di amministratori esecutivi o del Presidente);
- (ii) qualora una richiesta di S-D Engagement *one-way* pervenga direttamente a un amministratore, questi ne informa tempestivamente il Presidente e il Segretario attivando i processi di *governance* sopra indicati: l'amministratore che ha ricevuto la richiesta può essere autorizzato dal Presidente o dal

Consiglio di Amministrazione, a seconda del caso, a partecipare individualmente all'incontro con l'azionista richiedente;

- (iii) nel dialogo *one-way* i Destinatari intervenuti espongono agli amministratori che vi prendono parte la loro visione su specifiche questioni; gli amministratori non forniscono alcuna informazione ai Destinatari ma possono richiedere chiarimenti rispetto a quanto esposto dagli stessi;
- (iv) un incontro di S-D Engagement che sia stato richiesto, e approvato dalla Società, in forma *one-way* non può tenersi, una volta avuto inizio, secondo le modalità previste per gli S-D Engagement *two-way*.

In relazione allo S-D Engagement *two-way*, è previsto che:

- (i) agli incontri con i Destinatari partecipano il Presidente (o il Vice-Presidente in sua vece) e/o l'Amministratore Delegato; possono inoltre partecipare, su richiesta del Presidente o dell'Amministratore Delegato oppure del Consiglio di Amministrazione, a seconda del caso, altri amministratori (anche non esecutivi e indipendenti) o dirigenti della Società, in ragione delle competenze specifiche necessarie in relazione alle tematiche oggetto di S-D Engagement, tenuto comunque conto della ripartizione delle funzioni all'interno degli organi sociali e dell'organigramma aziendale;
- (ii) i partecipanti alle manifestazioni di S-D Engagement forniscono ai Destinatari le informazioni definite attraverso i processi di *governance* di cui sopra o, comunque, informazioni adeguate per rispondere ai quesiti degli azionisti e instaurare un dialogo proficuo, tenuto conto delle limitazioni riguardanti le Informazioni Sensibili;
- (iii) un incontro di S-D Engagement che sia stato richiesto, e approvato dalla Società, in forma *two-way* non può tenersi, una volta avuto inizio, secondo le modalità previste per gli S-D Engagement *one-way*.

La Società valuta di volta in volta le modalità migliori per lo svolgimento di ciascuna iniziativa di S-D Engagement avuto riguardo a criteri di efficacia ed efficienza, all'interesse a un'interazione il più proficua possibile con i Destinatari, nonché alle richieste specifiche al riguardo eventualmente formulate dai Destinatari richiedenti, ma comunque nei limiti di quanto opportuno o necessario al rispetto del quadro normativo applicabile.

Il dialogo con i Destinatari, avviato su loro espressa richiesta o su iniziativa della Società, secondo le forme e le modalità previste nella Politica, è complementare alla partecipazione in qualità di azionisti all'assemblea e può aver luogo durante tutto l'anno, salvi di regola i cosiddetti "*black-out period*" ossia:

- 30 giorni di calendario che precedono la comunicazione al pubblico dei risultati annuali o semestrali che la Compagnia è tenuta a rendere pubblici ai sensi della normativa di tempo in tempo vigente; e
- 30 giorni di calendario che precedono la comunicazione al pubblico dei rendiconti periodici, diversi da quelli indicati al punto che precede.

In ogni caso, sono ammesse, anche durante i “*black-out period*”, iniziative di S-D Engagement con i Destinatari ed eventualmente i loro consulenti in materia di voto che siano funzionali alla partecipazione alle assemblee della Società ovvero funzionali all’assolvimento di obblighi normativi da parte della Società.

\* \* \*

## ARTICOLO 7 – CASI DI RIFIUTO DI *ENGAGEMENT*

Il Presidente può decidere, con il coinvolgimento dell’Amministratore Delegato, eventualmente deferendo la questione alla decisione del Consiglio di Amministrazione, ove lo reputi opportuno, di rifiutare le richieste di S-D Engagement pervenute alla Società in alcuni casi eccezionali qualora contrastino con l’applicazione dei Criteri nell’interesse della Società oppure possano recare concreto pregiudizio alla medesima. Nel compiere tale valutazione, l’organo competente può richiedere l’assistenza delle funzioni competenti.

Tra le situazioni potenzialmente problematiche, che richiedono una valutazione particolarmente rigorosa in merito all’opportunità di S-D Engagement, rientrano, a titolo non esaustivo, i casi in cui:

- (i) l’S-D Engagement abbia ad oggetto Informazioni Sensibili o Informazioni Privilegiate ai sensi della disciplina sulle comunicazioni al pubblico e in materia di abusi di mercato;
- (ii) l’S-D Engagement dovrebbe svolgersi durante un *black-out period* (rispetto alle comunicazioni al mercato) stabilito dalla legge o dalla regolamentazione interna della Società;
- (iii) la Società sia a conoscenza del fatto che i soggetti richiedenti abbiano intenzione di promuovere un’offerta pubblica oppure altre manifestazioni di attivismo “ostile” nei confronti della Società medesima, a condizione che la valutazione sia compiuta nell’interesse della medesima, dei suoi azionisti e *stakeholder*;
- (iv) i Destinatari richiedenti l’S-D Engagement rifiutino di impegnarsi per garantire la riservatezza delle informazioni oggetto di scambio nei termini che la Società reputi opportuno alla luce delle materie oggetto degli incontri;
- (v) i Destinatari richiedenti l’S-D Engagement rifiutino le modalità proposte dalla Società, in conformità alla presente Politica, per lo svolgimento dell’S-D Engagement.

La Società può inoltre rifiutare, per ragioni di mera opportunità, richieste di S-D Engagement *two-way* a favore di un S-D Engagement *one-way* o vice-versa, posto che ogni decisione al riguardo deve essere compiuta sulla base del migliore interesse per la Società.

Qualora siano assunte decisioni nel senso prospettato nel presente paragrafo, il Presidente, attraverso il Segretario in coordinamento con l’Investor Relator, assicura che ne sia data tempestiva comunicazione motivata e per iscritto ai Destinatari interessati, con modalità che ne assicurino la riservatezza. In tali circostanze, il Presidente assicura altresì che i rifiuti alle richieste di *engagement* provenienti dagli azionisti siano tempestivamente riferiti al Consiglio di Amministrazione, in occasione della prima riunione utile dello stesso.

\* \* \*

## ARTICOLO 8 – GESTIONE DELLE INFORMAZIONI

Prima di procedere con ciascuna iniziativa di S-D Engagement occorre valutare, tra le altre cose, se l'oggetto possa astrattamente contemplare la comunicazione di Informazioni Privilegiate, Rilevanti, Riservate e/o Sensibili: tale valutazione deve effettuarsi nel contesto delle procedure descritte all'Articolo 5, anche con il coinvolgimento delle funzioni competenti in materia (tra cui, ad esempio, la Funzione Gestione Informazioni Privilegiate – FGIP). Ai fini di tale valutazione rileva anche la mappatura dei tipi di informazioni privilegiate disciplinata dal “Regolamento interno per la gestione delle informazioni privilegiate” adottato dalla Società (il “**Regolamento Informazioni Privilegiate**”).

In caso di riscontro positivo con riferimento alle Informazioni Privilegiate o Rilevanti, la Società deve di norma astenersi dal procedere con l'iniziativa di S-D Engagement, comunicandone il rifiuto all'azionista nei modi previsti dalla presente Politica. Resta salva la facoltà del Consiglio di Amministrazione di decidere diversamente, nei limiti consentiti dalla normativa tempo per tempo vigente – ivi inclusa la normativa di rango secondario e le Q&A di Consob in materia – e con i presidi imposti dalla medesima, nonché in ottemperanza al Regolamento Informazioni Privilegiate, valutando in particolare se adottare su base volontaria la procedura e le maggiori cautele previste in materia di “sondaggi di mercato”.

Le ipotesi di S-D Engagement di tipo *one-way*, prevedono un flusso informativo unilaterale dall'azionista alla Società e dunque, di norma, comportano minori rischi di comunicazione illecita di Informazioni Privilegiate o Rilevanti. Ciò nonostante, nel caso in cui emergesse nel contesto di iniziative di S-D Engagement una Informazione Privilegiata o Rilevante che riguardi direttamente la Società (ad esempio, nel caso in cui un azionista rilevante comunicasse alla Società l'intenzione di proporre all'assemblea la revoca del Consiglio di Amministrazione o altra deliberazione di impatto significativo) la Società deve valutare prontamente se comunicare l'informazione al pubblico ai sensi all'art. 17(1) MAR ovvero, laddove ne ricorrano i presupposti, attivare la procedura di ritardo ai sensi dell'art. 17(4) MAR, anche secondo quanto disposto dalle proprie procedure interne.

Con riferimento, invece, alle Informazioni Riservate e alle Informazioni Sensibili (non aventi natura Privilegiata o Rilevante), nella scelta delle modalità tecniche di cui all'Articolo 6 la Società deve individuare le misure più adeguate a garantirne la riservatezza (inclusa, a titolo esemplificativo, la richiesta all'azionista di firmare un accordo di riservatezza quale condizione per lo svolgimento dell'S-D Engagement), bilanciando tale esigenza anche con altri interessi della Società.

\* \* \*

## ARTICOLO 9 – MONITORAGGIO E MODIFICHE DELLA POLITICA

Le procedure di S-D Engagement adottate dalla Società di cui alla presente Politica, nonché eventualmente contenute in documenti attuativi, devono essere approvate dal Consiglio di Amministrazione della Società.

La proposta di definizione delle procedure dovrebbe essere formulata dal Presidente, d'intesa con l'Amministratore Delegato, coadiuvati dal Segretario e sentiti i comitati endo-consiliari per gli aspetti di rispettiva competenza, nell'osservanza anche delle previsioni contenute negli altri documenti di *governance* della Società che vengano eventualmente in rilievo.

L'implementazione della presente Politica, nonché delle procedure di S-D Engagement in generale, dovrebbe essere:

- (i) monitorata dal Consiglio di Amministrazione, attraverso il Presidente e l'Amministratore Delegato, coadiuvati dal Segretario, che sono tenuti a relazionare periodicamente al Consiglio in merito, anche tenendo conto delle *best practice* nazionali e internazionali e della loro evoluzione; resta ferma la facoltà per il Consiglio di Amministrazione di istituire un comitato endo-consiliare al quale sia attribuito tale compito, oltre ad eventuali funzioni propositive e consultive in materia;
- (ii) periodicamente resa oggetto di valutazione da parte del Consiglio di Amministrazione, anche al fine di apportarvi opportune modifiche.

Eventuali aggiornamenti potrebbero essere necessari, tra l'altro, in caso di cambiamenti della normativa applicabile che rendano necessaria od opportuna una modifica, oppure qualora le attività di monitoraggio e valutazione periodica della loro implementazione facciano emergere l'esigenza o l'opportunità di apportare particolari modifiche.

\* \* \*