

KOMMUNIKATIONSPOLICY

Innehåll

| | |
|---|----|
| 1. Inledning | 3 |
| 2. Allmänna riktlinjer och mål | 3 |
| 3. Ansvar | 3 |
| 4. Talespersoner..... | 4 |
| 5. Insiderinformation och/eller konfidentiell information | 5 |
| 5.1 Definition av insiderinformation | 5 |
| 5.2. Konfidentiell information..... | 5 |
| 6. Extern kommunikation | 5 |
| 6.1. Pressmeddelanden | 6 |
| 6.2. Finansiella rapporter | 6 |
| 6.3. Bolagsstämmor | 6 |
| 6.4. Mediekontakter | 7 |
| 6.5. Kontakter med finansanalytiker | 7 |
| 6.6. Tyst period | 7 |
| 6.7. Webbplats | 7 |
| 6.8. Lindab på sociala medier | 8 |
| 6.9. Kundkommunikation..... | 8 |
| 6.10. Sponsring..... | 8 |
| 6.11. Externa parter användning av namnet Lindab..... | 8 |
| 7. Medarbetarkommunikation | 8 |
| 8. Kommunikation i händelse av läckor och kriser | 9 |
| 8.1. Informationsläckage | 9 |
| 8.2. Kriskommunikation..... | 9 |
| 9. Externa resurser | 10 |

1. Inledning

Denna policy definierar standarderna för Lindabs kommunikationsaktiviteter och gäller globalt för samtliga Lindabs företag, enheter och deras arbetstagare. Syftet med denna policy är att Lindabs medarbetare ska erbjudas hjälp och riktlinjer för hur de ska agera under vardagens kommunikation med kollegorna, vid kommunikation med externa intressenter och dessutom säkerställa att all Lindabs kommunikationsaktivitet utförs i enlighet med tillämpliga lagar och förordningar och Lindabs etiska principer och värderingar så som de beskrivs i Lindabs etiska kod.

Lindab är ett svenskt företag som är noterat på NASDAQ i Stockholm. Kommunikationspolicyn i kombination med insiderpolicyn uppfyller villkoren i det nordiska regelverket för emittenter och den svenska bolagslagen. Att kommunicera och sprida information om ett noterat företag regleras också i Svensk kod för bolagsstyrning, och denna policy är avsedd att som minst uppfylla kraven i denna kod.

Lindabs kommunikationspolicy kompletteras av Lindabs kommunikationsriktlinjer med praktiska vägledningar och rekommendationer för intervjuer med medier, aktivitet på sociala medier, e-postkommunikation, möten m.m. Kommunikationsriktlinjerna har godkänts av koncernchefen.

2. Allmänna riktlinjer och mål

Det övergripande målet med Lindabs kommunikationspolicy är att understödja Lindabs affärsmässiga mål och verksamhet. Lindab ska sträva efter att bygga upp och bibehålla goda relationer såväl internt som externt.

- Kommunikationen ska vara korrekt, relevant, tidsenlig och tydlig.
- Budskap och kanaler ska anpassas efter mottagaren.
- Lindab agerar långsiktigt och ska prioritera löpande kommunikation.
- Lindabs mål är att vara så öppen och transparent som gällande regler och våra affärsförhållanden medger.

3. Ansvar

Om styrelsen för Lindab International AB fattar beslut och hanterar information som kan anses som lagstadgad information, dvs. insiderinformation eller annan information som enligt det nordiska regelverket för emittenter eller gällande lagstiftning omedelbart måste offentliggöras så är det styrelsens ordförande som ansvarar för att omedelbart göra denna information tillgänglig för koncernchefen eller chefsjuristen så att Lindab kan uppfylla sina förpliktelser att offentliggöra information på rätt sätt.

Koncernchefen är den som bär det yttersta ansvaret för Lindabs kommunikationsstrategi och att säkerställa att Lindab agerar i enlighet med kommunikationspolicyn och insiderpolicyn.

En del av koncernchefens ansvar delegeras till ekonomi- och finansdirektören som ansvarar för den ekonomiska rapporteringen och till företagets chefsjurist som ansvarar för att Lindabs kommunikation följer alla tillämpliga lagar och förordningar som gäller noterade företag.

All reglerad information måste granskas och godkännas av koncernchefen innan den publiceras.

Koncernens dotterbolag/divisioner/funktioner ansvarar för

- Den lokala informationsprocessen och lokala krisorganisationen.
- Att säkerställa att lokalt producerat material överensstämmer med koncernens värderingar och varumärkesriktlinjer samt lagar och policyer.
- Säkerställa att ingen insiderinformation inkluderas i den lokala kommunikationen. All insiderinformation ska kommuniceras på koncernnivå.

Alla chefer ansvarar för att hålla de egna rapporterna uppdaterade vad gäller företagsinformation som strategi, vision och värderingar samt globala och lokala nyheter och aktiviteter som är relevanta för medarbetarna och att delge information som medarbetarna behöver för att kunna utföra sina arbetsuppgifter.

Varje enskild medarbetare ansvarar för att följa Lindabs kommunikationspolicy, för att aktivt och kontinuerligt söka efter sådan information som är relevant för sin roll, för att inom koncernen dela med sig av sin kunskap och hålla sin chef och sina kollegor informerade om det egna arbetet.

4. Talespersoner

Styrelseordföranden eller en enskild person som denne har utsett ska fungera som talesperson för ägar- och styrelserelaterade frågor.

Koncernchefen är den primära talespersoner gällande allmänna koncernfrågor som finansiell ställning, affärsstrategier samt marknads- och konkurrentanalyser. Alla frågor som berör insiderinformation innebär att koncernchefen, ekonomi- och finansdirektören, chefen för Corporate Communications eller en person utsedd av koncernchefen ska uttala sig å Lindabs vägnar.

Chefen för Corporate Communications fungerar som talesperson gentemot medier och allmänheten och besvarar allmänna frågor och informerar om områden som redan offentliggjorts eller är välkända. Corporate Communications kan också välja ut lämpliga personer som ska besvara specifika frågor från media och allmänheten.

Andra ledamöter i koncernens ledningsgrupp kan fungera som talespersoner gällande frågor som gäller pågående verksamhet inom respektive ansvarsområden, dock inte när det gäller frågor som kan anses beröra insiderinformation. Som regel ska dessa ledamöter i ledningsgruppen samråda med Corporate Communications innan alla former av mediakontakter, och de måste också omgående rapportera kontakter med medier och andra viktiga externa parter till Corporate Communications.

När det gäller lokal kommunikation kan koncernledningens medlemmar utse lokala talespersoner. En lokal talesperson får inte kommentera ämnen eller aktiviteter som rör hela koncernen.

Alla talespersoner måste ha tillgång till relevant information om koncernens ställningstaganden och utveckling samt de områden där de är sakkunniga. De måste också ha en grundlig kännedom om reglerna för NASDAQ Stockholm.

Andra medarbetare får inte göra uttalanden å Lindabs vägnar utan föregående tillstånd från Corporate Communications.

5. Insiderinformation och/eller konfidentiell information

EU:s marknadsmissbruksförordning avgör vilken insiderinformation som Lindab är skyldigt att offentliggöra. Processen och riktlinjerna för hantering av insiderinformation på Lindab finns beskrivna i Lindabs insiderpolicy och riktlinjer. Om informationen inte anses vara insiderinformation är Lindabs kommunikationspolicy gällande styrdokument.

5.1 Definition av insiderinformation

Enligt marknadsmissbruksförordningen är insiderinformation:

- av specifik natur
- inte offentliggjord
- som direkt eller indirekt rör en eller flera emittenter eller ett eller flera finansiella instrument och
- som, om den offentliggjordes, sannolikt skulle ha en väsentlig inverkan på priset på dessa finansiella instrument eller på priset på relaterade finansiella derivatinstrument.

Man avgör om information kan ha en väsentlig inverkan på priset genom att tänka som en rationell investerare – vore det troligt att en sådan investerare skulle utnyttja informationen som underlag inför ett investeringsbeslut?

5.2. Konfidentiell information

Information relaterad till Lindabs verksamhet kan vara konfidentiell även om den inte har klassificerats som insiderinformation. Alla medarbetare ansvarar för att hantera konfidentiell information med omsorg och inte avslöja denna information till annan part inom eller utanför företaget utan föregående godkännande.

6. Extern kommunikation

Extern kommunikation ska understötta Lindabs affärsmål och bidra till att stärka Lindab som varumärke.

I vår externa kommunikation:

- Talar vi positivt om Lindab men vi överdriver eller ljugar inte.
- Använder vi budskap som överensstämmer med beslutade marknadsföringsplaner.
- Talar vi inte negativt om konkurrenterna.
- Undviker vi all exponering gentemot våldsamt, aggressivt, farligt eller antisocialt beteende och kopplingar till religion, politik, droger eller drogkultur.

- Rent generellt stödjer vi aldrig politiska rörelser eller politiska budskap även om det gäller ett gott ändamål. Om vi beslutar att erbjuda Lindabs stöd måste vi agera trovärdigt genom att också vidta faktiska åtgärder, beakta det budskap vi sänder ut genom att välja att stödja ett ändamål framför ett annat samt beakta risken för att en rörelse eller hashtag utvecklas i negativ riktning. Om vi vill göra ett politiskt uttalande ska detta godkännas av VD och koncernchef.
- Vi respekterar användarnas integritet och säkerställer att vi har deras medgivande innan vi skickar ut direktmarknadsföring.

6.1. Pressmeddelanden

All lagstadgad information måste distribueras genom pressmeddelanden (se även Lindabs insiderpolicy och riktlinjer) i enlighet med det nordiska regelverket för emittenter samt tillämplig lagstiftning.

Pressmeddelanden med lagstadgad information ska godkännas av koncernchefen. Pressmeddelanden som berör styrelsen eller som är av större vikt ska skickas till ordföranden som avgör huruvida hela styrelsen behöver godkänna pressmeddelandet. I undantagsfall kan ekonomi- och finansdirektören eller chefsjuristen godkänna ett pressmeddelande i de fall då koncernchefen inte är tillgänglig och publicering är brådskande.

Pressmeddelanden med lagstadgad information ska skickas ut på svenska och engelska och ska innehålla den förklarande text som finns angiven i Lindabs insiderpolicy och riktlinjer beroende på vad som är tillämpligt. Pressmeddelandet publiceras via distributionssystemet för godkända pressmeddelanden av en person som godkänts av koncernchefen.

Annan information än lagstadgad som informerar om produkter/tjänster och som förstärker Lindabs varumärke kan också sändas ut i form av ett pressmeddelande. Sådana pressmeddelanden ska godkännas av Corporate Communications.

Tänk på att pressmeddelanden distribueras via internet, något som innebär att lokala pressmeddelanden även kan nå en global publik även om de bara publiceras i ett visst land.

Om det råder tveksamhet om huruvida pressmeddelandet innehåller lagstadgad information, rådfråga Corporate Communications eller chefsjuristen.

6.2. Finansiella rapporter

Finansiella rapporter måste innehålla den information som krävs enligt det nordiska regelverket för emittenter och tas fram i enlighet med tillämplig lagstiftning eller andra regler och allmänt vedertagna redovisningsprinciper för noterade bolag. Publicering av finansiella rapporter hanteras på samma sätt som pressmeddelanden. För varje finansiell rapport fattas ett beslut om huruvida den ska klassificeras som insiderinformation.

6.3. Bolagsstämmor

Svensk kod för bolagsstyrning, det nordiska regelverket för emittenter, den svenska bolagslagen och Lindabs bolagsordning avgör vilka regler som gäller för de årliga bolagsstämmorna.

Om Lindab har för avsikt att tillhandahålla insiderinformation på bolagsstämman måste denna information offentliggöras innan eller samtidigt som den presenteras på stämman så

att den vid samma tidpunkt blir tillgänglig för hela marknaden. Efter varje bolagsstämma måste Lindab publicera ett pressmeddelande med information om de väsentliga beslut som fattats under mötet. Detta gäller även om besluten överensstämmer med tidigare publicerade förslag.

6.4. Mediekontakter

Syftet med Lindabs information till medierna är att öka kännedomen om koncernen och dess verksamhet på ett sådant sätt att medierna kan lägga fram en objektiv, relevant och korrekt bild av Lindab. Alla kontakter med medierna måste ta hänsyn till de begränsningar som gäller för noterade företag.

Om insiderinformation råkar delges annan oavsiktligen måste ett pressmeddelande omedelbart skickas ut.

6.5. Kontakter med finansanalytiker

Kontakter med finansanalytiker hanteras av koncernchefen, ekonomi- och finansdirektören och chefen för Corporate Communications. De ansvarar för att bygga upp långsiktiga och goda relationer med målgruppen och erbjuda dem yrkesmässiga tjänster i enlighet med lagar, förordningar och policyer. De måste följa alla delar av noteringsavtalet och får inte tillhandahålla insiderinformation eller utvald information.

Om insiderinformation råkar tillhandahållas under ett möte måste ett pressmeddelande omedelbart skickas ut.

Om en analytiker har fått ta del av viss information kan Lindab inte neka annan analytiker eller journalist tillgång till samma information. Detta ska därför alltid beaktas vid bedömningen av huruvida information kan offentliggöras.

Det är absolut förbjudet att ge analytiker tillgång till förhandsinformation om en kommande nyhet även om de lovar att inte publicera den innan den offentliggörs. Ingenting kan anses vara "off the record". All information som tillhandahålls måste betraktas som offentlig.

6.6. Tyst period

För att minska risken att information läcker ut och att intressenter misstänks för att ha tillgång till insiderinformation tillämpar Lindab något som benämns en tyst period under 30 dagar innan årsredovisningar och delårsrapporter publiceras. Under denna period måste Lindab-representanter avstå från att besvara frågor eller kommentera den ekonomiska utvecklingen och i stället hänvisa till den tysta perioden. Om en analytiker efterfrågar kommentarer om analyser och rapporter får endast uppenbara fakta tas upp. Det kan också vara tillåtet att tillhandahålla information om förhållanden som redan tidigare har offentliggjorts eller uppenbara logiska fel samt för att tillhandahålla officiell branschstatistik.

6.7. Webbplats

Webbplatsen är den onlinekanal som Lindab framför allt använder. Webbplatsen innehåller information riktad till alla Lindabs målgrupper, huvudsakligen kunder, de finansiella marknaderna, medierna och potentiella arbetstagare.

Lindabs mål är att all väsentlig information ska publiceras på webbplatsen med så liten fördröjning som möjligt. De krav på webbplatser tillhöriga offentliga företag som finns beskrivna i det nordiska regelverket för emittenter och Svensk kod för bolagsstyrning ska uppfyllas.

6.8. Lindab på sociala medier

Kommunikationen via sociala medier sker i enlighet med samma policy och regler som Lindabs övriga externa kommunikation, däremot kan tonfall och budskap vara mindre formella beroende på vilken kanal som används. Målet är att om möjligt ha en mer frekvent kontakt med läsekretsen.

6.9. Kundkommunikation

Varje land och region ansvarar själva för sin kundkommunikation.

6.10. Sponsring

Sponsring är en affärsrelation. Lindab ska välja ut projekt att sponsra med utgångspunkt från att stärka varumärket, marknadsföra Lindab eller våra produkter eller tjänster eller för att stärka samhället där Lindab bedriver verksamhet. Utöver dessa riktlinjer innehåller Lindabs antikorrupsionspolicy juridiska restriktioner för samverkan med externa parter.

Prioriterade områden är:

- Ungdom
- Hälsa
- Miljö
- Utbildning
- Sport

Lindabs regioner/divisioner/funktioner väljer vilka sponsorskap de vill engagera sig i. Alla sponsringsavtal ska följa kommunikationspolicyn och antikorrupsionspolicyn.

6.11. Externa parters användning av namnet Lindab

Externa parters användning av namnet eller logotypen Lindab kräver godkännande från Corporate Communications eller den lokala marknadsföringsavdelningen. Användning av Lindabs logo och namn ingår ofta i sponsor- och samarbetsavtal. Lindab ger vanligen sitt tillstånd om produkten eller tjänsten används och uppskattas av Lindab och då den externa parten står för värderingar som överensstämmer med Lindabs varumärke och värderingar. All användning av namnet och logotypen måste följa Lindabs varumärkesriktlinjer. Corporate Communications kan återkalla rätten att använda Lindabs namn eller logotyp om den missbrukas av den externa parten.

7. Medarbetarkommunikation

Medarbetarkommunikation ska som regel vara öppen och transparent. Information ska göras tillgänglig för alla medarbetare förutsatt att den inte omfattar känsliga person- eller företagsuppgifter. Ett alltför omfattande informationsflöde ska undvikas genom att se till att informationen görs strukturerad och sökbar, men ska däremot inte sändas ut till

medarbetaren om den inte är av direkt betydelse för dennes befattning eller arbetsuppgifter. Alla medarbetare ansvarar för att aktivt söka efter information för att hålla sig uppdaterade.

Medarbetarnas kommunikation, oavsett om den är intern eller extern, får inte:

- omfatta olämpligt eller olagligt innehåll, inklusive stötande språk eller olämpliga skämt
- röra olaglig verksamhet
- vara krypterad om kommunikationen är personlig
- blockera Lindabs åtkomst till företagskonton

All kommunikation som går via Lindabs system, använder Lindabs konton eller kommunikation som sker i Lindabs namn tillhör Lindab. Kommunikationen i Lindabs system kan komma att övervakas och läsas av behöriga Lindab-medarbetare.

Lindabs kommunikationsriktlinjer innehåller rekommendationer för medarbetarkommunikation via exempelvis e-post, intranät, sociala medier, möten m.m.

8. Kommunikation i händelse av läckor och kriser

8.1. Informationsläckage

Informationsläckage och rykten kan vålla avsevärda skador i form av störningar, negativ publicitet, förlorad verksamhet och försämrat förtroende för Lindab. För att förhindra informationsläckage upprättar Lindab sekretessavtal med externa parter, för loggböcker över projekt där insiderinformation ingår samt begränsar den interna informationsspridningen. Lindabs policy är att inte kommentera spekulationer och rykten. Alla som får kännedom om rykten eller informationsläckor ska omedelbart rapportera detta till koncernchefen, ekonomi- och finansdirektören eller Corporate Communications.

Insiderkommittén avgör huruvida ryktet ska tas på allvar och alltså kan skada Lindab oavsett om det bedöms vara till nackdel för aktiemarknadens förtroende för Lindab eller klassas som insiderinformation. Om så är fallet bör Lindab överväga att snarast erbjuda ett förtydligande via ett pressmeddelande.

Inför beslut som är av stor vikt för företaget, till exempel anbudsförfaranden, måste Lindab ha god beredskap för att mycket snabbt kunna ta fram pressmeddelanden och ta kontakt med beslutsfattare så att följderna av ett informationsläckage kan mildras.

8.2. Kriskommunikation

En kris är en situation då händelser utom Lindabs kontroll hotar att skada företagets relationer till aktieägare, kunder och medarbetare. Lindab ska alltid sträva efter att agera öppet och ärligt och tydligt redovisa fakta både internt och externt.

Exempel på krissituationer:

- En Lindab-medarbetare avlider eller skadas allvarligt
- Lindabs verksamhet drabbas av brand eller allvarlig skada
- Sabotage, dataintrång, människorov

- Olagliga handlingar utförda av Lindab-medarbetare, till exempel bedrägeri och bestickning
- Miljöskada
- Finansiella krissituationer

Om ett krisläge uppstår måste styrelseordförande, koncernchef och ekonomi- och finansdirektören omedelbart informeras. Det är de som ansvarar för att fatta beslut om ett offentligt uttalande ska göras och i så fall vilken information som ska tillhandahållas. Krisorganisationen består av koncernchefen, ekonomi- och finansdirektören, chefsjuristen och chefen för Corporate Communications och dessa får efter behov understöd av andra medlemmar i ledningsgruppen. Alla enheter inom Lindab ska ha en lokal krisplan. Lokala krissituationer som hotar Lindabkoncernens goda rykte ska alltid hanteras på koncernnivå.

9. Externa resurser

De regler och förordningar som omnämns i detta dokument finns att hitta på:

- Svensk kod för bolagsstyrning <http://www.corporategovernanceboard.se/>
- Nasdaq Stockholms regler och bestämmelser
- Finansinspektionens (FI) <https://fi.se/en/>
- Marknadssmissbruksförordning (fullständig EU-version) <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0596&qid=1467119015780&from=EN>
- Svenska bolagslagen https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/aktiebolagslag-2005551_sfs-2005-551
- Lindabs bolagsordning <https://www.lindabgroup.com/sv/bolagsstyrning/styrande-dokument/bolagsordning/>

Denna kommunikationspolicy har godkänts av styrelsen för
Lindab International AB (publ) den 23 september 2020.

Reviderad av styrelsen för Lindab International AB (publ) den 23 september 2021, den 29 september 2022, den 28 september 2023 och den 26 september 2024.