

# Koncernövergripande kommunikations-, varumärkes- och informationspolicy

## 1. Inledning och syfte

Billeruds vision är att utmana konventionella förpackningar för en hållbar framtid. Företaget har en ledande position som en innovativ och hållbar aktör inom den globala pappers- och förpackningslösningensbranschen med verksamhet och närvaro i hela världen.

Kommunikation är en strategiskt viktig del av Billeruds affärsaktiviteter och utveckling. Kommunikation med Billeruds intressenter är avgörande för att upprätthålla och förstärka goodwill och det kommersiella manöverutrymmet. Kommunikation ska anpassas efter målgruppen och samtidigt följa vår varumärkesplattform, bygga upp långsiktigt förtroende och vara konsekvent, korrekt och öppen.

Billerud ska använda och skydda sina data och informationsresurser för att främja och skydda företagets varumärke och dess intressenters intressen på bästa möjliga sätt.

Syftet med Billerud's kommunikations-, varumärkes- och informationspolicy ("policyn") är att fastställa regler för hur kommunikations-, varumärkes- och informationsrelaterade aktiviteter bör hanteras för att säkerställa att Billeruds mål är uppfyllda samt följer regler och förordningar.

Policyn kompletteras av underliggande direktiv som innehåller mer detaljerade regler för kommunikation, varumärke och information.

## 2. Omfattning och tillämpning

Denna policy gäller för Billerud och dess kontrollerade dotterbolag ("Billerud" eller "koncernen") och omfattar Billeruds globala affärsaktiviteter och verksamhet. Policyn gäller för alla personer som arbetar på Billerud eller för Billerud, däribland styrelseledamöter, medarbetare, praktikanter och konsulter ("representanter").

Policyns ägare är ansvarig för kommunikation och implementering av policyn. Alla representanter för Billerud är dock individuellt ansvariga för att läsa, förstå och efterleva policyn.

## 3. Kommunikation

### 3.1 Prioriterade målgrupper

Det ska finnas en process för att identifiera Billeruds prioriterade målgrupper för kommunikation i syfte att skapa maximalt värde för koncernens utveckling och verksamhet. Valet av målgrupper ska ta hänsyn till både den långsiktiga utvecklingen och organisationens, varumärkets och verksamhetens mer omedelbara intressen.



### 3.2 Extern kommunikation (via massmedia)

Relationer som bygger på förtroende mellan massmedierna och koncernens representanter är viktigt när det gäller Billeruds profilering. Endast personer som har utsetts att göra det får uttrycka åsikter för koncernens räkning i massmedier.

### 3.3 Intern kommunikation

Intern kommunikation ska ha hög prioritet och vara uppdaterad, relevant och heltäckande, samt uppfylla väsentliga krav/förväntningar från alla medarbetarkategorier. Information som främjar medarbetares och våra samarbetspartners säkerhet och hälsa ska ha särskilt hög prioritet. Alla medarbetare ska ha god kännedom om Billeruds vision, uppförandekod, värderingar, mål, strategi och marknadserbjudande, samt om hur deras egna insatser bidrar till helheten. Kommunikation ska betraktas som en del av den strategiska hanteringen och vara en integrerad komponent av alla chefers ledarskapsansvar.

### 3.4 Marknadskommunikation

Kommunikation med våra kunder och potentiella kunder på befintliga och nya marknader ska i grunden baseras på och följa koncernens varumärkesriktlinjer och varumärkesnarrativ. Den ska också vara relevant och effektiv när det gäller att uppnå det affärsområde som den ska stödja.

### 3.5 Digital kommunikation och sociala medier

Kommunikation via Billeruds egna externa digitala kanaler ( däribland sociala medier) ska ge en enhetlig och transparent bild av koncernen och Billeruds varumärke, och dess erbjudande till marknaden. Billerud ska använda sociala medier som en naturlig kommunikationskanal, t.ex. i koncernens dialog med intressenter. Endast de som utsetts att göra det får uttrycka åsikter för koncernens räkning i externa digitala kanaler ( däribland sociala medier).

### 3.6 Investerarrelationer

Billeruds aktier är noterade på Nasdaq Stockholm. Koncernen måste följa tillämpliga regler gällande offentliggörande av insiderinformation ( däribland förordningen om marknadsmissbruk och Nasdaq Stockholms regelverk för emittenter). Huvudregeln är att insiderinformation ska offentliggöras så snart som möjligt. I vissa situationer kan offentliggörandet skjutas upp om villkoren för en sådan handling är uppfyllda. Informationen som offentliggörs ska vara korrekt, relevant och tydlig, och uppfylla syftet att möjliggöra en så korrekt värdering av aktien som möjligt. Billerud ska ha processer som säkerställer en ordnad och korrekt bedömning och hantering av insiderinformation i enlighet med tillämpliga regler.

### 3.7 Kriskommunikation

All kriskommunikation ska kännetecknas av noggrannhet och objektivitet, i kombination med omsorg om de individer som påverkas direkt eller indirekt.

### 3.8 Public Affairs

De regler som styr Billeruds verksamhet förändras kontinuerligt. Bra relationer till beslutsfattarna är viktigt. Arbetet med offentliga relationer ska bedrivas på ett transparent, professionellt, proaktivt, etiskt och lösningsorienterat sätt och bidra med kunskaper om vår bransch och våra specifika utmaningar.



## 4. Varumärke

Billerud ska, som ett enhetligt varumärke, användas som det huvudsakliga varumärket internt liksom externt, i både företagskommunikation och marknadskommunikation. Alla delar av organisationen ska verka utifrån samma strategiska varumärke och dela samma kärntillgångar så som visuell identitet och strategiska budskap.

Billeruds varumärkesidentitet ska spegla vad vi står för som ett företag och organisation: ambitionen, personligheten och löftet till våra kunder och andra aktörer. Den kommunikation som följer av vårt utseende, vårt språk, och våra ageranden, ska således utgå från varumärkesplattformen. Hållbarhet ska alltid utgöra kärnan av vårt varumärke.

## 5. Information

### 5.1 Informationshantering

Billerud inser det potentiella värdet av information, både för företag och för enskilda, och behovet av effektiv informationssäkerhet och datasäkerhet, inklusive när det gäller de data som behandlas via våra IT-system och -tjänster. Billerud ska hantera sina informationstillgångar på ett medvetet sätt för att skydda dess värde. Vid planering och genomförande av affärsaktiviteter ska aspekter som avser skydd av informationssäkerhet, upprätthållande av informationsintegritet samt tillgänglighet till och kvalitet på information och informationssystem alltid beaktas. Informationsdesign ska alltid införlivas i utformningen av processer och lösningar för att säkerställa att informationsvärdet kan utnyttjas och skyddas på ett effektivt sätt.

### 5.2 Skapa informationsvärde

De data som samlas in ska omvandlas till begriplig information, som i sin tur bygger upp kunskap och genererar värde. Information är och bidrar till produkt- och varumärkesigenkänning och det informationsvärde som uppskattas av våra kunder och samarbetspartners ska säkras. Effektiv informationshantering ska användas som ett sätt att uppnå effektivitet, hållbarhet och accelererad innovation.

### 5.3 Hantering av informationsrisk

Vi ska arbeta på ett transparent sätt så att vi uppfyller de förväntningar, inom dataskyddsområdet, som våra intressenter har på oss. Alla åtaganden inom dataskyddsområdet ska alltid noga beakta de senaste metoderna, implementeringskostnaden, typ av databehandling, omfattningen, kontexten, respektive ändamål samt riskerna, med avseende på sannolikhet och konsekvenser, för fysiska personers grundläggande rättigheter och friheter, uppgifternas värde och andra interna och externa krav.

### 5.4 Informationssäkerhet och integritet

Billerud intressenter ska vara försäkrade om att de kan sätta sin tilltro till och ha förtroende för vår behandling av deras uppgifter. Att säkra värdet av vårt varumärke ska vara en integrerad del i vårt informationssäkerhetsarbete. Billerud intressenters data och information ska hanteras i enlighet med erkända och dokumenterade standarder för informationssäkerhet, dataskyddsförordningen ("GDPR") eller annan tillämplig dataskyddslagstiftning. Den informationssäkerhetsstandard som tillämpas som vägledande är ISO/IEC 27001.



## 6. Ansvarsutkrävande, uppföljning och efterlevnad

Denna koncernpolicy har godkänts av Billeruds styrelse. Policyägaren EVP Human Resources and Communications ansvarar för implementeringen av policyn, och ska bland annat

- (I) utarbeta mer detaljerade regler (i form av direktiv) för sakområdet, som uppfyller syftet och avsikten med denna koncernpolicy
- (II) säkerställa att koncernpolicyn och de underliggande direktiven kommuniceras och görs kända för representanterna
- (III) övervaka och följa upp efterlevnaden av koncernpolicyn och de underliggande direktiven
- (IV) vidta övriga åtgärder som krävs, till exempel rapportering eller avhjälpan åtgärder, för att uppnå syftet och avsikten med koncernpolicyn.

Billeruds representanter uppmuntras att rapportera överträdelser (även misstänka överträdelser) av policyn. Anonym rapportering kan ske genom Speak-Up Line, Billeruds konfidentiella rapporteringssystem. Om du har några frågor eller återkoppling gällande denna policy kan du kontakta policyägaren eller Group Legal & Compliance.

