

Zasady sponsoringu i działań filantropijnych w Grupie Selenia

I. Wprowadzenie i Cel

1. Grupa Selenia otrzymuje wiele próśb o sponsorowanie bądź wsparcie darowizną finansową lub produktową różnych aktywności, związanych z organizacjami charytatywnymi, działalnością kulturalną, edukacyjną i sportową, a także różnorodnymi wydarzeniami, służącymi dobru społecznemu. Jako odpowiedzialne przedsiębiorstwo, aktywnie wspieramy wybrane inicjatywy sportowe, edukacyjne, środowiskowe i humanitarne, traktując tego typu zaangażowanie jako jeden z elementów realizacji długofalowej strategii rozwoju i budowania długoterminowej wartości dla naszych klientów i interesariuszy. Tym samym wzmacniamy wizerunek naszej firmy jako nie tylko nastawionej na osiągnięcie dobrych wyników ekonomicznych, nowoczesnie zarządzanej, ekspansywnej handlowo, ale również odpowiedzialnej społecznie.
2. Do każdej z próśb o współpracę sponsoringową lub filantropijną podchodzimy z należytą uwagą i szacunkiem, jednak jesteśmy ostrożni i selektywni w podejmowaniu decyzji o wsparciu danej inicjatywy. Duże znaczenie ma dla nas etyka biznesowa, oparta na naszych wartościach tj. satysfakcji użytkownika, przywództwie, prostocie, odpowiedzialności i innowacyjności, a także dbałość o pozycjonowanie marki korporacyjnej Grupy oraz marek produktowych, zwłaszcza Tytan Professional®, Quilosa Professional®, Matizol® oraz Imperialum®. Nie bez znaczenia jest efektywne i racjonalne biznesowo wykorzystanie zasobów Grupy Selenia.
3. Niniejszy dokument określa zasady w zakresie sponsoringu i działań filantropijnych, podejmowanych przez wszystkie Spółki Grupy Selenia. Jego celem jest klarowna odpowiedź na wybór inicjatyw, podstawowe pytania dotyczące przebiegu procesu, a także stworzenie ram dla szczegółowych regulacji wewnętrznych dotyczących przekazywania świadczeń finansowych bądź produktowych.
4. Wprowadzeniem niniejszych reguł chcemy zapewnić transparentność standardów w jaki sposób selekcjonujemy inicjatywy, które wspiera Grupa Selenia. Tym samym definiujemy towarzyszące nam priorytety:
 - a) obszary i działania, które są klasyfikowane jako sponsoring lub filantropia,
 - b) styczność sponsoringu/inicjatyw filantropijnych z marką korporacyjną Grupy Selenia i jej markami produktowymi,
 - c) związek z etyką biznesową, wartościami firmy i obowiązującymi w Grupie wytycznymi Compliance czyli określonej Kultury i Ładu Korporacyjnego.

5. Niniejsze zasady winny być stosowane bez wyjątku przez pracowników (bez względu na formę zatrudnienia) wszystkich Spółek Grupy Seleno w odniesieniu do wszystkich form sponsoringu i działalności filantropijnej, niezależnie od kwoty lub zaangażowanych zasobów.

II. Definicje

1. Sponsoring – polega na wsparciu finansowym lub produktowym w zamian za korzyści wizerunkowe lub marketingowe. Może obejmować zarówno partnerstwa długoterminowe, jak i jednorazowe dofinansowanie lub wsparcie materialne w postaci przekazania produktów dla określonych projektów. Niniejsza definicja obejmuje również pojęcie barteru.
2. Działanie filantropijne – polega na bezinteresownym wsparciu finansowym, materialnym lub przez zaangażowanie innych zasobów firmy dla wybranych inicjatyw poprzez przekazanie bezzwrotnej darowizny lub zaangażowania innych zasobów firmy na rzecz inicjatywy.
3. Beneficjent – organizacja lub osoba prawna, która otrzymała wsparcie od Grupy Seleno w ramach sponsoringu bądź działań filantropijnych

III. Podstawowe zasady

1. Grupa Seleno samodzielnie nie oferuje sponsoringu lub działań filantropijnych.
2. Sponsoring i działania filantropijne realizowane są w ramach scentralizowanego w ramach HQ rocznego budżetu, na działania filantropijne i sponsoringowe. Proces przyznawania środków określa punkt V. dokumentu.
3. Działania filantropijne Grupa Seleno kieruje przede wszystkim na rzecz organizacji pozarządowych, a w szczególności posiadających status organizacji pożytku publicznego. W procesie wyboru preferowane będą wnioski umożliwiające zakwalifikowanie wydatków jako kosztu uzyskania przychodu dla Spółki.
4. Beneficjent sponsoringu w zamian za realizację ustalonych świadczeń promocyjnych lub reklamowych na rzecz Grupy Seleno, otrzymuje świadczenie pieniężne lub materialne (produktowe) przeznaczone na pokrycie kosztów

całości lub określonego zakresu prac związanych z organizacją i realizacją sponsorowanego projektu.

5. Grupa Seleno dba o transparentność umów sponsoringowych i nie udziela świadczeń mogących mieć potencjalny wpływ na relację biznesową z Beneficjentem, a w szczególności na zawarcie jakiejkolwiek transakcji handlowej.

IV. Obszary sponsoringu i działalności filantropijnej Grupy Seleno

1. Głównym założeniem zasad sponsoringu i działań filantropijnych Grupa Seleno jest wsparcie przede wszystkim lokalnych inicjatyw społecznych oraz potrzeb, związanych z najbliższym geograficznie otoczeniem firmy w rozumieniu jej spółek lokalnych.
2. W ramach sponsoringu i działań filantropijnych Grupa Seleno podejmuje w pierwszej kolejności działania zaproponowane przez pracowników (bez względu na formę zatrudnienia) wszystkich Spółek Grupy Seleno, niezależnie od kwoty lub zaangażowanych zasobów, jednak w ramach założonego budżetu. Dopiero w drugiej kolejności będą rozpatrywane wnioski niezwiązane z inicjatywami naszych pracowników.
3. Grupa Seleno wspiera w ramach sponsoringu i działań filantropijnych wyłącznie obszary, ukierunkowane na:
 - a) sport i zdrowy tryb życia – sponsorowane i wspierane są działania i inicjatywy ze sportów zwłaszcza powiązanych z ekspozycją siły ludzkich mięśni i tężyzną fizyczną oraz ze zwinnością i szybkością, w tym sporty motorowe. Związane jest to z archetypem wiodących marek Grupy Seleno: Tytan Professional®, Quilosa Professional®, Matizol® oraz Imperialum®. Promowane są starty i sukcesy sportowe o randze międzynarodowej. Wsparciem Grupy Seleno wzmacnianie są także inicjatywy, które aktywizują do sportowo-rekreacyjnego spędzania wolnego czasu oraz służących promocji zdrowia;
 - b) edukacja i badania naukowe – wyłącznie w obszarze budownictwa. Wspierany jest rozwój kompetencji z zakresu technik i rozwiązań budowlanych, innowacyjnych technologii budowlanych, a także współpraca ze szkołami branżowymi oraz wszelkie inicjatywy, związane z podnoszeniem umiejętności w zakresie bezpieczeństwa i komfortu pracy na budowach;
 - c) ochrona środowiska – wspierane są inicjatywy związane z przeciwdziałaniem zanieczyszczeniom środowiska (głównie powietrza) oraz z racjonalnym gospodarowaniem zasobami środowiska zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju;

- d) inicjatywy humanitarne, związane z pomocą ludności doświadczonej klęskami żywiołowymi lub zniszczeniami wojennymi – wyłącznie w krajach, gdzie Grupa Seleno posiada swoje Spółki, zwłaszcza wspierani są pracownicy Grupy i ich rodziny. Wsparcie humanitarne rozumiane jest także jako działanie filantropijne w zakresie ratowania zdrowia lub życia pracowników Grupy Seleno i najbliższych członków ich rodzin;
 - e) inicjatywy służące wymianie myśli i idei oraz mające na celu promocję działalności biznesowej poprzez patronat wydarzeń takich jak konferencje czy kongresy.
4. Selekcja obszarów sponsoringu i działań filantropijnych Grupy Seleno wynika z filozofii marki korporacyjnej i marek produktowych, a także opiera się o standardy etyki biznesowej, wartości firmy i obowiązujące w Grupie wytyczne Compliance czyli określonej Kultury i Ładu Korporacyjnego.
5. Grupa Seleno nie sponsoruje i nie wspiera filantropijnie działań, które nie mają jednoznacznego związku z misją, wartościami i obszarem działalności Grupy Seleno m.in. związanym z działalnością hobbystyczną (nie przekazujemy gadżetów firmowych) lub rekreacyjną (nie wspieramy osób fizycznych bądź prawnych w inicjatywach rozrywkowych czy integracyjnych).
6. Aby zapobiec ryzyku wykroczeń w stosunku do zasad Kultury i Ładu Korporacyjnego Grupy Seleno wprowadzone zostają także ograniczenia inicjatyw z obszaru sponsoringu i działań filantropijnych. Wsparcia Grupy Seleno nie otrzymują inicjatywy, które:
- a) mogą mieć wpływ na decyzje wewnątrz firmy,
 - b) mogą przyczynić się do zachowań korupcyjnych i odniesienia osobistej korzyści majątkowej pracownika Grupy Seleno
 - c) mogą służyć transakcjom polegającym na wymianie usług w ramach lub poza zakresem sponsorowanym bądź wspieranym filantropijnie,
 - d) mogą w jakikolwiek inny sposób wywierać na kogoś niewłaściwy wpływ.
7. Grupa Seleno, zachowując neutralność polityczną i światopoglądową, nie angażuje się w projekty związane z:
- a) działaniami o charakterze politycznym, w tym wsparcie partii i organizacji politycznych lub jakiegokolwiek inicjatywy, która jest w większości własnością urzędnika państwowego lub organizacji politycznej dowolnego kraju, lub w inny sposób działa w jej imieniu,
 - b) służące jakiegokolwiek dyskryminacji,
 - c) naruszającym prawo czy ogólnie przyjęte normy społeczne,

- d) mogąym stanowić ryzyko dla życia i zdrowia,
 - e) mogąym mieć negatywny wpływ na środowisko naturalne.
8. Dodatkowo, Grupa Seleno może odmówić przyznania wsparcia podmiotom, które m.in.:
- a) nie przedstawiły wszystkich niezbędnych dokumentów, pomimo wezwania do ich uzupełnienia lub przedłożyły dokumenty budzące zastrzeżenia co do ich autentyczności,
 - b) w okresie ostatnich 5 lat nie rozliczyły lub wykorzystały środki niezgodnie z przeznaczeniem,
 - c) działają na szkodę Grupy Seleno lub jej interesariuszy,
 - d) są powiązane z funkcjonariuszami publicznymi zgodnie z definicją z Kodeksu karnego lub osobami zajmującymi eksponowane stanowiska polityczne.
9. Grupa Seleno nie rozpatruje próśb o darowizny złożone przez osoby fizyczne, z wyjątkiem wniosków dotyczących ochrony zdrowia lub życia pracowników Spółki lub ich rodzin.

V. Procedura wyboru i realizacji sponsoringu i działań filantropijnych

1. Oferty dot. sponsoringu, kierowane do Grupy Seleno, aby były rozpatrzone, muszą być złożone na piśmie (szczegóły w punkcie V.3) i zawierać:
- a) dane podmiotu wnioskującego,
 - b) dane osoby kontaktowej (imię, nazwisko, telefon, e-mail)
 - c) opis i cele przedsięwzięcia/inicjatywy/potrzeby,
 - d) opis odbiorców przedsięwzięcia/inicjatywy/potrzeby,
 - e) harmonogram przedsięwzięcia/inicjatywy/projektu,
 - f) planowany sposób promocji - opis świadczeń sponsorskich/partnerskich,
 - g) planowane efekty/rezultaty przedsięwzięcia/inicjatywy/potrzeby, ze szczególnym uwzględnieniem efektów/rezultatów dla Grupy Seleno,
 - h) wysokość wnioskowanej kwoty,
 - i) w wypadku zaangażowania w projekt innej firmy z sektora, w którym działa Grupa Seleno – także informacje o tym fakcie.

Wzór wniosku dot. sponsoringu jest załącznikiem do niniejszych zasad.

2. Wnioski o wsparcie działań filantropijnych kierowane do Grupy Seleno aby były rozpatrzone, muszą być złożone na piśmie (szczegóły w punkcie V.3) i zawierać:
- a) dane rejestrowe organizacji (nazwa, adres, nr KRS lub innej ewidencji),
 - b) dane osoby kontaktowej (imię, nazwisko, telefon, e-mail),
 - c) opis działalności organizacji i jej doświadczenia ,

- d) informacje o inicjatywie, której dotyczy darowizna. Niniejsze informacje muszą uwzględniać opis i liczbę odbiorców, opis oczekiwanych efektów/rezultatów, ze szczególnym uwzględnieniem efektów/rezultatów dla Grupy Seleni
- e) harmonogram przedsięwzięcia/inicjatywy/projektu,
- f) wysokość wnioskowanej kwoty, koszt realizacji całości projektu oraz informacje, jakie konkretnie działania miałyby zostać pokryte z darowizny udzielonej przez Grupę Seleni,
- g) oświadczenie, że organizacja nie zalega z żadnymi zobowiązaniami obowiązkowych opłat i nie jest bezpośrednio ani pośrednio powiązana z organizacjami politycznymi.

Wzór wniosku o wsparcie działań filantropijnych jest załącznikiem do niniejszych zasad.

3. Oferty sponsoringowe i wnioski o wsparcie działań filantropijnych przyjmowane są wyłącznie w formie pisemnej i powinny być złożone:

- a) pocztą tradycyjną na adres: ul. Legnicka 48A 54-202 Wrocław lub
- b) pocztą elektroniczną na adres mail: csr@seleni.com

4. Zwracając się o udzielenie wsparcia, Beneficjent musi mieć na uwadze, że:

- a) Grupa Seleni ma pełne prawo odmówić udzielenia wsparcia bez wskazywania powodów odmowy,
- b) Grupa Seleni może wymagać od Beneficjenta poinformowania o wsparciu podejmowanych aktywności, wysokości przekazanych środków finansowych lub ekwiwalentu finansowego przekazanych materiałów bądź innych zasobów, pochodzącymi od Grupy Seleni ze wskazaniem kanałów komunikacji o tym fakcie (np. strona internetowa, profile w mediach społecznościowych)
- c) Beneficjent nie może informować o uzyskanym wsparciu bez zgody Grupy Seleni
- d) Grupa Seleni może udostępnić publicznie informacje na temat udzielonego wsparcia, identyfikując Beneficjenta

5. Wybór inicjatyw do wsparcia sponsorskiego bądź filantropijnego następuje cztery razy w roku tzn. jeden raz na kwartał, w ramach budżetu zaplanowanego na dany rok.

6. Jeśli wniosek o wsparcie sponsorskie lub działań filantropijnych wpłynie do spółki lokalnej Grupy Seleni, pierwszej selekcji wg niniejszych zasad dokonuje General manager/CEO danej spółki. Dopiero rekomendowane przez Niego (Nią) kompletne wnioski (wg punktów V.1 i V.2) zostają przesłane na adres podany w punkcie V.3 niniejszych zasad.

7. Wszystkie kierowane do Grupy Seleny oferty sponsorskie lub wnioski o wsparcie działań filantropijnych (bezpośrednio bądź przez spółkę lokalną) są rzetelnie analizowane i weryfikowane. Wyboru inicjatyw, zgodnie z kwotami, zawartymi w scentralizowanym w ramach HQ budżecie, dokonuje Zespół ds. inicjatyw sponsoringowych i filantropijnych, w skład którego wchodzi: Dyrektor Biura Zarządu, Dyrektor HR, Brand/Marketing Manager, PR Manager, Financial Controller, Board Office Manager, jako sekretarz Zespołu.
8. Zespół ds. inicjatyw sponsoringowych i filantropijnych w ciągu czterech posiedzeń rocznych może dowolnie rozdyponować budżet, zaplanowany na tego typu działania na dany rok. Zespół dokonuje wyboru wyłącznie na podstawie pisemnie złożonych ofert bądź wniosków.
9. Do złożenia ofert sponsorskich lub wniosków o wsparcie działań filantropijnych uprawnieni są także wszyscy pracownicy Grupy Seleny (bez względu na formę zatrudnienia) wg opisanej procedury.
10. Przy wyborze inicjatyw Zespół ds. inicjatyw sponsoringowych i filantropijnych Grupy Seleny kieruje się przyjętymi wartościami i zasadami etycznymi, opisanymi w punkcie I. dokumentu. Kluczowe jest, by zgłoszone inicjatywy, wpisywały się także w obszary opisane w punkcie IV. dokumentu.
11. Decyzja Zespołu ds. inicjatyw sponsoringowych i filantropijnych Grupy Seleny zostaje zweryfikowana przez Compliance Officera wg zgodności z zasadami Ładu Korporacyjnego Grupy Seleny, a następnie zatwierdzona przez Prezesa Zarządu Grupy Seleny oraz, który ostatecznie decyduje, które inicjatywy zostaną wsparte przez Grupę Seleny, niezależnie od kwoty lub zakresu działalności.
12. Grupa Seleny zastrzega sobie kontakt wyłącznie z Beneficjentami, którzy otrzymali pozytywną decyzję wsparcia ich inicjatywy w terminie najpóźniej w ciągu 30 dni od dat: ostatniego dnia miesiąca marca, czerwca, września i grudnia. Jeżeli taki kontakt nie nastąpi oznacza to decyzję o odrzuceniu wniosku sponsorskiego lub o wsparcie działań filantropijnych, a tym samym braku wsparcia dla przedłożonej oferty bądź inicjatywy.
13. W przypadkach nagłych, wymagających natychmiastowej reakcji, typu klęska humanitarna bądź konieczność ratowania zdrowia lub życia pracowników Grupy Seleny i najbliższych członków ich rodzin Zespół ds. inicjatyw sponsoringowych i filantropijnych Grupy Seleny zbiera się na posiedzeniu nadzwyczajnym, tak szybko jak to możliwe, niezależnie od terminów podanych w punkcie V.8

14. Otrzymanie świadczenia poprzedzone jest każdorazowo podpisaniem odpowiedniej umowy/porozumienia/listu intencyjnego dotyczącej działań filantropijnych lub sponsoringowych.
15. Sponsoring realizowany jest w Grupie Seleno w formie dwustronnych umów/porozumień, określających szczegółowo wzajemne zobowiązania stron. Umowy mają charakter standardowy, podlegają konsultacji z partnerem i przygotowywane są w danej Spółce Grupy Seleno, do której wpłynął wniosek. Umowa musi jasno określać prawa i obowiązki Grupy Seleno oraz Beneficjenta. Warunki umowy nie mogą stawiać Grupy Seleno w sytuacji, która w jakikolwiek sposób daje Beneficjentowi „wyłączne prawo” do współpracy z Grupą Seleno. W przypadku sponsoringu należy uwzględnić szczegółowy wykaz oraz harmonogram działań marketingowych, które będą podjęte w związku ze sponsorowaniem.
16. Darowiznom w ramach wsparcia działań filantropijnych towarzyszy dwustronny list intencyjny, w którym obdarowywany zobowiązuje się do spożytkowania środków wyłącznie na cel zgodny z przedłożoną Grupie Seleno prośbą. Listy intencyjne mają charakter informacyjny, nie podlegają konsultacji z partnerem i przygotowywane są w danej Spółce Grupy Seleno, do której wpłynął wniosek. Wszystkie udzielone darowizny są podawane z poszanowaniem prywatności osób fizycznych, pozostających pod opieką danej organizacji i są publikowane do wiadomości publicznej w corocznym Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Seleno, dostępnym na stronie internetowej. Darowizny pieniężne są przyznawane w walucie lokalnej w formie bezgotówkowej.
17. Beneficjent sponsorowany zobowiązany jest do przedstawienia, w ciągu 14 dni od wykonania umowy opisanej powyżej, rozliczenia przyznanych środków w celu potwierdzenia ich wykorzystania zgodnie z przeznaczeniem, oraz w zakresie w jakim będzie to możliwe do przedstawienia innych potwierdzeń wykorzystania przyznanych środków (np. zdjęć).

VI. Podsumowanie

Zasady sponsoringu i działań filantropijnych wynikają z przyjętych w Grupie Seleno celów i kierunków odpowiedzialności społecznej Grupy Seleno. Dążymy do tego, aby nasze działania miały realny, pozytywny wpływ na społeczeństwo, środowisko i gospodarkę. Współpracujemy wyłącznie z partnerami, którzy podzielają nasze wartości i przyczyniają się do ulepszania warunków na budowach na całym świecie oraz tworzenia zrównoważonej przyszłości.