

POLITYKA DOBROCZYNNOSCI ZAMET

WPROWADZENIE

Grupa Zamet to producent wielkogabarytowych konstrukcji stalowych, maszyn i urządzeń dla przemysłu od pokoleń produkujący maszyny i urządzenia dla branży hutniczej, metalurgicznej i górniczej oraz wielkogabarytowe konstrukcje stalowe dla sektora wydobywania ropy i gazu, przeładunkowej. Gwarantem sukcesu Grupy są kompetencje naszego zespołu oraz potencjał i możliwości naszych zakładów produkcyjnych. Siłami napędowymi naszej firmy są szerokie referencje, wysoka jakość wykonywanych konstrukcji i urządzeń oraz rzetelność wobec naszych klientów.

Inwestycja w zespół ludzi oraz narzędzia pracy pozwalają nam sprostać specjalistycznym potrzebom naszych klientów oraz budować konkurencyjność na bardzo wymagającym i trudnym rynku. Szacunek, wzajemnie zaufanie i pomoc na każdym etapie naszej pracy wpływa na szczególną dbałość i troskę o powierzone nam projekty, a wysokie umiejętności oraz pasja naszych inżynierów i specjalistów wpływają na wysoką jakość i trwałość naszych prac. Nasza otwartość i umiejętność szybkiego uczenia się pozwalają nam realizować różnorodne w formie i w większości niepowtarzalne zlecenia dla największych i znanych marek na świecie.

Naszą misją jest wspieranie przemysłu oraz kształtowanie lepszej przyszłości dla naszych pracowników, partnerów biznesowych oraz interesariuszy, poprzez tworzenie wokół Spółki i Grupy, społeczności ludzi z pasją, dzielących bliskie nam wartości, by wspólnie odnosić sukcesy realizując projekty, z których jesteśmy dumni.

Mając świadomość, że nasza działalność wpływa bezpośrednio na środowisko oraz społeczności lokalne, chcemy postępować w sposób odpowiedzialny i zrównoważony. Przyjęty przez nas model biznesowy uwzględnia społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstwa (ang. Corporate Social Responsibility, CSR) oraz standardy i normy etyczne. Prowadzona przez nas działalność odbywa się z poszanowaniem środowiska naturalnego w taki sposób, aby redukować negatywny wpływ naszej aktywności. Etycznego postępowania, w tym poszanowania dla środowiska naturalnego oczekujemy także od naszych dostawców. Pragniemy być partnerem biznesowym oraz przedsiębiorstwem godnym zaufania zarówno dla naszych klientów, jak i otoczenia, na które nasza działalność ma wpływ.

Nasz wizerunek budujemy nie tylko w oparciu o wyniki z działalności, ale także poprzez otwartość na lokalne potrzeby oraz poprzez budowanie relacji z otoczeniem w celu zwiększenia zaufania. Polityka dobroczynności oraz społeczna odpowiedzialność biznesu odgrywają znaczącą rolę i przekładają się na podejmowane przez nas decyzje oraz stanowią element naszej kultury korporacyjnej.

Mając na względzie dobro nas wszystkich, podejmujemy inicjatywy z zamiarem wspierania różnorodnych inicjatyw społecznych, prorodzinnych, kulturalnych i naukowych, ekologicznych, fundacji dobroczynnych, aktywności sportowej, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju i edukacji dzieci i młodzieży. Wierzymy, że wspierając rozwój dzieci i młodzieży, ich kompetencje oraz pasje, pomagamy im podejmować świadome decyzje oraz odpowiedzialnie budować ich przyszłość. Inwestycja w edukację i rozwój jest najwyższą wartością dla społeczeństwa, dlatego od lat wspieramy podmioty, które

statutowo zajmują się pomocą w zakresie edukacji i rozwoju by umożliwić Polakom dostęp do najlepszych praktyk w tym obszarze.

Działania sponsoringowe mogą być skierowane przede wszystkim w lokalne inicjatywy społeczne jak również w inicjatywy krajowe i międzynarodowe, jeżeli znajdują się one w kręgu wspieranych przez spółkę inicjatyw. Sponsoringiem mogą być objęte także inicjatywy mające na celu promocję naszej działalności poprzez patronat wydarzeń biznesowych takich jak konferencje, konkursy, gale, targi czy inne eventy. Podejmowanie działalności sponsoringowej ma na celu realizację strategii poprzez wyeksponowanie potencjału produkcyjnego oraz korporacyjnego.

Niniejsza polityka dobroczynności zawiera opis podejmowanej przez nas działalności dobroczynnej, znaczenie sponsoringu i działań charytatywnych dla rozwoju przedsiębiorstwa, wskazanie popieranych inicjatyw, formy przekazywania darowizn oraz wyjaśnienie wartości i wagi społecznej odpowiedzialności biznesu w prowadzeniu działalności produkcyjnej.

Polityka dobroczynności jest integralną częścią naszej kultury korporacyjnej oraz odzwierciedla strategię rozwoju organizacji w takich obszarach jak społeczna odpowiedzialność biznesu, zrównoważony rozwój oraz zewnętrzna komunikacja.

1. Cele polityki dobroczynności

Głównymi celami polityki dobroczynności są:

- budowanie pozytywnego wizerunku poprzez wspieranie lokalnych i globalnych inicjatyw, otwartość na dialog społeczny, przyjazny odbiór ze strony otoczenia;
- zwiększenie renomy Spółki i Grupy Kapitałowej poprzez propagowanie przyjętych wartości i rozszerzenie zasięgu oddziaływania;
- umacnianie wizerunku wśród partnerów biznesowych i opinii publicznej poprzez zwalczanie negatywnych skutków środowiskowych;
- budowanie działalności biznesowej w oparciu o zasady społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zrównoważonego rozwoju;
- eksponowanie istotnych wartości Spółki i Grupy Kapitałowej na zewnątrz;
- ulepszenie odbioru medialnego Spółki i Grupy Kapitałowej wśród opinii publicznej;
- budowanie silnych relacji z pracownikami i lokalną społecznością;
- wsparcie działań promocyjno-marketingowych poprzez udział i sponsoring branżowych konferencji, konkursów, gal, targów i innych eventów.

2. Nasze wartości

Wiara

Wierzymy w realizację wizji, koncentrując się na przyszłości. Postępujemy zgodnie z naszym systemem wartości jednocześnie wierząc, że inwestycja w edukację i rozwój jest najwyższą wartością dla społeczeństwa.

Odpowiedzialność

Podejmujemy odważne i przemyślane decyzje, wymagając od siebie inicjatywy. Zawsze działamy w najlepszym interesie firmy, bierzemy odpowiedzialność za decyzje naszych zespołów.

Współpraca

Darzymy się zaufaniem i tworzymy zgrany zespół, słuchamy i uczymy się od innych. Po podjęciu decyzji wspólnie działamy na rzecz realizacji celu.

Otwartość

Szanujemy różnorodność poglądów, jesteśmy otwarci na zmiany, lojalni, komunikując się przy tym otwarcie i szczerze.

Wiarygodność

Dotrzymujemy słowa, jesteśmy rzetelni i uczciwi. Zawsze działamy fair play oraz wywiązujemy się z naszych zobowiązań.

3. Zasięg działań dobroczynnych i sponsoringowych

Działalność dobroczynna głównie jest prowadzona na terenach, gdzie znajduje się siedziba i jest prowadzona działalność operacyjna Spółki oraz spółek należących do Grupy Kapitałowej, co pozwala aktywnie wspierać najbliższe położone społeczności lokalne. Działalność sponsoringowa, reklamowo-marketingowa, która ma na celu zwiększanie rozpoznawalności marki Spółki oraz zasięgu jej oddziaływania, może odbywać się na terenie całego kraju. Z uwagi na międzynarodowy charakter organizacji działania dobroczynne i sponsoringowe mogą się odbywać poza granicami kraju.

4. Obszary działalności dobroczynnej

Spółka realizuje przyjętą politykę dobroczynną przede wszystkim w następujących obszarach:

- 1. Edukacja oraz rozwój (osobisty, zawodowy, sportowy, społeczny) dzieci oraz młodzieży.**
Wierzymy, że inwestycja w rozwój najmłodszych ma najcenniejszą wartość dla społeczeństwa, dlatego wspieramy inicjatywy oraz podmioty, które pomagają młodym osobom w wyznaczaniu celów na przyszłość oraz zapewniają pomoc w wyborze najlepszych edukacyjno-rozwojowych ścieżek.
- 2. Pomoc społeczna.**
Wspieramy organizacje pozarządowe i inne podmioty prowadzące działalność pożytku publicznego w dziedzinie szeroko pojętej pomocy społecznej, przeciwdziałające wykluczeniu społecznemu oraz działające na rzecz wyrównywania szans społecznych. Wspieramy podmioty tworzące świetlice, terapeutyczne kluby rozwoju dzieci i młodzieży, a także programy uliczne, poradnie rodzinne i ośrodki opiekuńczo-wychowawcze.
- 3. Ochrona zdrowia.**
Wspieramy zachowania prozdrowotne oraz inicjatywy budujące wsparcie społeczne w tym zakresie. Nasze wsparcie dotyczy zarówno podmiotów leczniczych i hospicjów, ale także działań mających na celu przeciwdziałanie COVID-19 poprzez wszelkie czynności związane ze zwalczaniem zakażenia, zapobieganiem jego rozprzestrzenianiu się, profilaktyką oraz zwalczaniem skutków choroby zakaźnej wywołanej wirusem SARS-CoV-2.
- 4. Ekologia**
Wspieramy inicjatywy mające na celu ograniczenie wpływu działalności przemysłowej na środowisko naturalne, w szczególności wspieramy działalność edukacyjną oraz inicjatywy o

charakterze innowacyjnym i/lub badawczo rozwojowym, których przedmiot pozostaje w związku z dążeniem do ograniczenia wpływu przemysłu na ekosystemy.

5. Obszary działalności sponsoringowej

1. Spółka realizuje przyjętą politykę sponsoringową z zakresu sponsoringu wizerunkowego i biznesowego.
2. **Sponsoring wizerunkowy** obejmuje m.in.:
 - sport zawodowy oraz sport dzieci i młodzieży na poziomie krajowym i lokalnym,
 - rozwój kultury fizycznej i promocja zdrowego trybu życia,
 - mecenat nad projektami wsparcia kultury i ochrony dziedzictwa narodowego,
 - propagowanie sztuki teatralnej, operowej, filmowej, muzyki i literatury,
 - sponsorowanie regionalnych imprez artystycznych, które mają poziomi wydźwięk ogólnopolski,
 - wspieranie inicjatyw naukowych służących transferowi wiedzy oraz wymianie myśli i idei (kongresów, konferencji, olimpiad),
 - współpraca ze szkołami branżowymi obliczona na rozwój kompetencji, zawodowych i wspierająca zabezpieczanie zaplecza kadrowego Spółki,
 - edukacja proekologiczna,
 - wsparcie dla projektów zainicjowanych przez społeczności lokalne oraz działań przeciwdziałających wykluczeniu społecznego oraz służących wyrównywaniu szans (zwłaszcza dzieci z rodzin ubogich i dysfunkcyjnych),
 - działalność charytatywna i wolontariacka (wspierająca lokalne inicjatywy, których celem jest niwelowanie barier społecznych, kulturowych, językowych, edukacyjnych i innych).
 - Rekomendowane przez Dział Marketingu zgodnie ze strategią rozwoju Spółki.
3. **Sponsoring biznesowy** obejmuje m.in. wydarzenia:
 - biznesowe i towarzyskie gromadzące kontrahentów i innych interesariuszy Spółki, umożliwiające nawiązywanie relacji z potencjalnymi klientami oraz partnerami biznesowymi, a w konsekwencji ich pozyskiwanie,
 - organizowane przez strategicznych partnerów biznesowych,
 - organizowane przez stowarzyszenia i media, które znajdują się w kręgach tematycznych działalności Spółki,
 - rekomendowane przez Dział Marketingu zgodnie ze strategią rozwoju Spółki.

6. Darowizny – procedura przyznania

1. Spółka realizując politykę społecznej odpowiedzialności biznesu wspiera inwestycje społeczne, inicjatywy prorodzinne, kulturalne, naukowe i sportowe oraz działalność filantropijną poprzez przekazywanie darowizn na cele charytatywne i dobroczynne.
2. Przy wyborze inicjatyw Spółka kieruje się przyjętymi wartościami.
3. Podejmując decyzję o darowiznie Zarząd Spółki bierze pod uwagę aktualną oraz przewidywaną sytuację finansową Spółki.
4. Wsparcie finansowe udzielane jest zgodnie z poniżej opisanymi zasadami sprawdzającymi podmiot, który ma otrzymać darowiznę.
5. Darowizny pieniężne są przyznawane w złotych polskich w formie bezgotówkowej.
6. Decyzję o udzieleniu darowizny podejmuje Zarząd Spółki w formie uchwały.

7. Przed przyznaniem darowizny należy sprawdzić:
 - cel darowizny,
 - działalność statutową organizacji,
 - zgodność darowizny z obowiązującymi przepisami prawa,
 - czy obdarowany nie jest powiązany osobowo z żadnym urzędnikiem państwowym,
 - czy nie zostanie docelowo przekazana dla celów prywatnych,
 - czy działalność takiego podmiotu jest regulowana,
 - czy podmiot posiada status organizacji pożytku publicznego,
 - tożsamość beneficjenta rzeczywistego obdarowanego lub sponsorowanego.
8. Czynności sprawdzające prowadzi pracownik merytoryczny odpowiedzialny za procedowanie danej darowizny oraz Dział Prawny.
9. Darowizny są udzielane na podstawie wniosku obdarowanego, po zawarciu pisemnej umowy darowizny, w której obdarowywany zobowiązuje się do wydatkowania środków wyłącznie na cele statutowe i indywidualne określone we wniosku darowizny. Zasady udzielenia darowizny są szczegółowo i transparentnie określone w umowie darowizny.
10. Spółka nie angażuje się w projekty o charakterze politycznym, służące jakiegokolwiek dyskryminacji, naruszające prawo czy ogólnie przyjęte normy społeczne.

7. Sponsoring – procedura zawarcia umowy o sponsoring

1. Przy wyborze inicjatyw sponsoringowych Spółka kieruje się przyjętymi wartościami i strategią Spółki.
2. Sponsoring jest nawiązywany z obowiązującymi procedurami sprawdzającymi podmiot, który ma zostać sponsorowanym.
3. Decyzję o sponsoringu podejmuje Zarząd w formie uchwały.
4. Współpraca w zakresie sponsoringu są szczegółowo i transparentnie określone w umowie o sponsoring.
5. Przed nawiązaniem relacji sponsoringu należy sprawdzić:
 - cel sponsoringu,
 - rodzaj działalności sponsorowanego, jej zakres oraz cele statutowe,
 - czy sponsorowany nie jest powiązany osobowo z żadnym urzędnikiem państwowym,
 - czy sponsoring nie zostanie docelowo przekazany dla celów prywatnych,
 - czy działalność takiego podmiotu jest regulowana,
 - tożsamość beneficjenta rzeczywistego sponsorowanego.
6. Czynności sprawdzające prowadzi pracownik merytoryczny odpowiedzialny za procedowanie sponsoringu i/lub Dział Prawny.
7. Spółka nie angażuje się w projekty polityczne, religijne, naruszające prawo lub ogólnie przyjęte normy społeczne, mające negatywny wpływ na środowisko naturalne lub narażające na uszczerbek obiekty o znaczeniu historycznym lub artystycznym.