



UTDRAG UR GRANGEX KOMMUNIKATIONSPOLICY

1. Grundprinciper

Bolaget skall lämna korrekt, relevant och tillförlitlig information samtidigt till alla sina aktieägare, kapitalmarknad, samhälle och media.

- Bolagets kommunikation ska vara korrekt och tydlig.
- Det ska vara lätt att hitta och erhålla information för anställda och övriga medarbetare, externa intressenter samt för övriga berörda parter.
- Svårigheter och problem ska vara ordentligt belysta tillsammans med de åtgärder som vidtagits för att lösa dem.
- Det är viktigt att den person som anges som kontaktperson finns tillgänglig på begäran.
- Bolaget skall alltid ha minst en person tillgänglig som kan hantera extern kommunikation för bolaget.
- Kommunikationen från bolaget skall vara på svenska och översättas eller ske på annat språk när omständigheterna så kräver. Regulatorisk information skall alltid ske på svenska.

2. Målgrupper

Bolagets kommunikation skall vara lika för alla, men målgruppsorienterad. Målgrupperna skall offensivt förses med värdefull, lättillgänglig och begriplig information. Målet är att få förtroende för bolaget.

Kvantitativa mål för informationen kan t.ex. vara att öka förtroendet för bolaget samt öka kunskapen om bolagets verksamhet. Interna mål kan vara att alla anställda i bolaget skall känna sig delaktiga.

Följande målgrupper för bolaget informationsspridning har identifierats:

- Kapitalmarknaden
- Befintliga och potentiella kunder
- Befintliga och potentiella aktieägare
- Befintliga och potentiella leverantörer och partners
- Media och andra opinionsbildare
- Styrelsen och den egna personalen.

3. Kommunikationsverksamhet

Informationspolicyn omfattar all extern kommunikation, inkluderande såväl hemsida, pressmeddelanden och finansiella rapporter som muntlig information vid möten/samtal med analytiker och investerare, intervjuer med media etc, samt intern kommunikation.

Genom sin kommunikationsverksamhet avser bolaget att:

- informera om viktiga händelser, regelbundet informera om den finansiella ställningen i bolaget till styrelsen och aktieägarna
- skapa intresse för verksamheten och bygga upp ett förtroende för denna

- skapa förutsättningar för en ökad dialog med omvärlden
- involvera och engagera den egna personalen.

Bolagets arbete med kommunikation delas in i följande verksamhetsområden:

- extern information
- massmediarelationer
- intern kommunikation.

3.1 Verktyg för kommunikation

Bolagets verktyg för extern kommunikation och massmediarelationer kan vara:

- Pressmeddelanden (all regulatorisk information släpps först via pressmeddelande)
- Finansiella rapporter (delårsrapporter, bokslutskommunikéer och årsredovisning)
- Bolagets hemsida
- Tryckt informationsmaterial
- Elektroniskt presentationsmaterial och videomaterial
- Svar på förfrågningar per telefon, e-post och sociala medier (LinkedIn, Twitter, etc.)
- Kapitalmarknadsdagar, analytikerkontakter och personliga kontakter.