

Kommunikationspolicy

Introduktion

Kommunikation är en strategisk ledningsfråga och ingår i varje chefsansvar som ledare. Kommunikation är en förutsättning för medarbetarnas engagemang och deltagande. Fabeges varumärke och strategi tydliggörs och utvecklas med hjälp av kommunikation.

Det övergripande målet med Fabeges kommunikation är att stödja affärsmålen och att stärka bilden av företaget som en kundorienterad och professionell ägare av kommersiella fastigheter och en förtroendeingivande affärspartner..

All kommunikation ska följa de regler som anges i Fabeges avtal med NASDAQ OMX Stockholm, Svensk kod för bolagsstyrning, ABL, ÅRL, marknadsföringslagen samt andra tillämpliga regler. Kommunikationen ska baseras på Fabeges affärsidé, vision och mission.

Affärsidé

Fabeges verksamhet är inriktad på kommersiella fastigheter i stockholmsregionen, med fokus på ett begränsat antal delmarknader med hög tillväxt. Fabege ska skapa värde genom förvaltning, förädling och aktivt arbete med fastighetsportföljen, med såväl försäljningar som förvärv. Upparbetade värden ska realiseras vid rätt tidpunkt.

Mission

Fabege skapar förutsättningar för framgång. Våra kunders framgång är en förutsättning för vår egen framgång.

Ansvarsfördelning

Verkställande direktören, CFO och kommunikationschefen har ett övergripande ansvar för Fabeges informationsgivning.

Grundprinciper för kommunikation

Kommunikation från Fabege och dess relationer med intressenter ska kännetecknas av:

Snabbhet, proaktivitet, tillförlitlighet och öppenhet

Fabege ska ha beredskap att ge information snabbt. Fabege ska agera proaktivt, såväl internt som externt, och vara känt som ett företag som är transparent och ger tillförlitlig information.

Samtidighet

Kurspåverkande information ska förmedlas på ett sådant sätt att den blir tillgänglig för alla parter samtidigt.

Långsiktighet och förtroende

Kommunikationen ska syfta till att bygga förtroende och skapa långsiktiga relationer.

Korrekthet

Fabege ska inte spekulera i framtida utveckling eller hypotetiska händelser.

Hantering av sekretessbelagd information ska ske enligt fastställda rutiner.

<i>Dokumentnamn</i> Kommunikationspolicy	<i>Datum</i> 2005-03-01	<i>Godkänt av</i> Koncernledning	
<i>Ansvarig för dokumentet</i> Åsa Bergström	<i>Senast reviderad</i> 2014-02-08	<i>Dokumentkod</i> Kommunikation	<i>Sida</i> 1 (4)

Kapitalmarknaden

Syfte

Syftet med Fabeges information till kapitalmarknaden är att öka kunskap och kännedom om företaget och dess verksamhet. Detta görs genom att:

- skapa förtroende för Fabeges ledning
- skapa förutsättningar för en korrekt och rättvis bedömning av verksamheten
- stödja en stabil och rättvisande kursutveckling

Primära målgrupper är investerare, aktieägare, analytiker, affärsmedia och långgivare.

Innehåll

Faberge följer de stipulerade riktlinjerna i Svensk kod för bolagsstyrning samt börskontraktet med NASDAQ OMX. Enligt dessa riktlinjer ska allt som kan vara potentiellt kurspåverkande kommuniceras. Exempel på detta är:

- finansiellt utfall och prognoser
- förändrad verksamhetsinriktning
- större projekt och investeringsbeslut
- förvärv och avyttringar
- strategiska beslut
- ägarfrågor
- hyresavtal av större betydelse
- större kredit- eller kundförluster
- förändringar styrelse/VD
- väsentliga myndighets- eller domstolsbeslut.

Kanaler

De primära kommunikationskanalerna för Fabeges finansiella kommunikation är företagets webbplats, årsredovisning, delårsrapporter, pressmeddelanden, presentationsmaterial, kvartalspresentationer samt andra möten och telefonsamtal med analytiker, investerare, media och långgivare.

Ansvar och talespersoner

Ansvar för att utveckla kontakterna med kapitalmarknaden vilar hos VD, CFO samt kommunikationschef.

Kontakter knutna till kapitalmarknaden samt affärspress hanteras i första hand av VD och CFO. I andra hand av kommunikationschef och IR-ansvarig.

Tyst period

Faberge iakttar en tyst period med början 21 dagar före publicering av delårs- och bokslutsrapporter. Under den tysta perioden undviks personliga möten med investerare och analytiker och Faberge kommenterar inte den finansiella utvecklingen.

Framåtblickande information

I de fall Faberge gör prognoser eller ger framåtblickande information ska reglerna i börsavtalet följas.

Informationsläckor och rykten

Faberge kommenterar inte rykten. Om rykten skulle ha stor påverkan på aktiekursen ska möjliga åtgärder diskuteras med NASDAQ OMX.

<i>Dokumentnamn</i> Kommunikationspolicy	<i>Datum</i> 2005-03-01	<i>Godkänt av</i> Koncernledning	
<i>Ansvarig för dokumentet</i> Åsa Bergström	<i>Senast reviderad</i> 2014-02-08	<i>Dokumentkod</i> Kommunikation	<i>Sida</i> 2 (4)

Felaktigt utlämnad information och informationsläckage

Informationshanteringen inom Faberge är en avvägning mellan en långtgående öppenhet och noteringsavtalets regler för informationsgivning. Om tveksamheter råder huruvida en viss information får lämnas ut ska kommunikationschefen kontaktas.

Om kurspåverkande information lämnats ut felaktigt ska samma information omedelbart kommuniceras genom etablerad nyhetsdistributör. Samma förfarande gäller vid informationsläckage.

Negativ publicitet som kan påverka affärer och värdering

I de fall Faberge eller ärende som berör Faberge blir föremål för kraftigt negativ publicitet som kan påverka affärer eller värdering av bolaget, ska all informationsgivning ske via VD, CFO och kommunikationschef. I detta läge har ingen annan rätt att uttala sig å företagets vägnar. Kommunikationschefen ansvarar för att en krisplan finns framtagen och är kommunicerad internt.

Loggbok

Faberge för loggbok över informationsgivning i samband med den finansiella rapporteringen. Ansvaret för denna ligger hos IR-ansvarig.

Marknadskommunikation och PR

Syfte

Arbetet med marknadskommunikation och PR strävar efter att genom varumärkesbyggande åtgärder stärka bilden av Faberge samt att öka kännedom om företaget och dess verksamhet bland befintliga och nya kunder, samarbetspartners, aktörer på finansmarknaden med flera.

Målet är att:

- stärka bilden av Faberge som en kundorienterad och professionell förvaltare av kommersiella fastigheter och på detta sätt underlätta uthyrning genom att attrahera nya kunder samt öka kvarsittningsgrad och kundlojalitet bland befintliga kunder
- stärka bilden av Faberge som en förtroendeingivande affärspartner för utvecklingsprojekt och transaktioner
- etablera Faberge som en naturlig kontakt för media när branschfrågor diskuteras.

Kanaler

Fabeges primära kommunikationskanaler är företagets webbplats, annonskampanjer, nyhetsbrev, kundaktiviteter, presentationsmaterial etc.

Ansvar och talespersoner

Kommunikationschefen har en samordnande roll för marknadskommunikation och PR. Ansvaret att agera som talesperson för Fabeges olika verksamhetsområden ligger hos respektive verksamhetschef.

Alla medarbetare har rätt att uttala sig om sin roll och sina arbetsuppgifter. Övriga frågor från media bör hänvisas till den som är utsedd till talesperson i den specifika frågan. Vid osäkerhet bör kommunikationsavdelning rådfrågas.

<i>Dokumentnamn</i> Kommunikationspolicy	<i>Datum</i> 2005-03-01	<i>Godkänt av</i> Koncernledning	
<i>Ansvarig för dokumentet</i> Åsa Bergström	<i>Senast reviderad</i> 2014-02-08	<i>Dokumentkod</i> Kommunikation	<i>Sida</i> 3 (4)

Internkommunikation

Syfte

Fabeges arbete med internkommunikation syftar till att öka medarbetarnas kunskaper om företagets olika delar och att skapa en positiv bild av Fabege som arbetsgivare, samt även öka effektiviteten av interna beslut och processer genom informationsspridning. Kommunikation är en förutsättning för medarbetarnas engagemang och deltagande.

Kanaler och aktiviteter

Fabeges intranät, Café Fabege samt övrig muntlig och skriftlig kommunikation mellan chef och medarbetare.

Ansvar och talespersoner

Internkommunikation samordnas övergripande av VD, CFO samt kommunikationschef i samarbete med HR. Därutöver ingår det i varje chefs ledarskapsansvar att säkerställa att medarbetarna har tillräckligt med information för att kunna utföra sina arbetsuppgifter på bästa sätt.

Uppföljning och implementering

Innehållet i denna policy revideras och uppdateras årligen av företagets koncernledning genom interna uppföljningsrutiner. Alla chefer med personalansvar ansvarar för att säkerställa att denna policy är känd och efterlevs inom dennes avdelning/ansvarsområde. Alla medarbetare har tillgång till Fabeges samtliga policydokument via företagets intranät.

Stockholm, 22 januari 2014

VD Christian Hermelin

<i>Dokumentnamn</i> Kommunikationspolicy	<i>Datum</i> 2005-03-01	<i>Godkänt av</i> Koncernledning	
<i>Ansvarig för dokumentet</i> Åsa Bergström	<i>Senast reviderad</i> 2014-02-08	<i>Dokumentkod</i> Kommunikation	<i>Sida</i> 4 (4)