

POLITICA GENERALE STAKEHOLDER ENGAGEMENT



INDICE

1. PREMESSA E FINALITÀ DEL DOCUMENTO	3
2. CONTESTO DI RIFERIMENTO	4
2.1 CONTESTO REGOLAMENTARE E NORMATIVO ESTERNO	4
2.2 PRINCIPALE NORMATIVA INTERNA COLLEGATA	5
3. PERIMETRO DI APPLICABILITÀ	5
4. PRINCIPI GENERALI	6
5. IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER	6
5.1 OBIETTIVI DEL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER	6
5.2 IL PROCESSO DI ENGAGEMENT PROATTIVO	7
5.2.1 MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER	7
5.2.2 DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA E DELLE MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER	8
5.2.3 INTERAZIONE CON GLI STAKEHOLDER	10
5.2.4 VALUTAZIONE DEI RISULTATI DELLE ATTIVITÀ DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT, DEFINIZIONE DI PIANI DI AZIONE E MONITORAGGIO CONTINUO	10
5.3 IL PROCESSO DI ENGAGEMENT REATTIVO	10
6. RUOLI E RESPONSABILITÀ	11
7. TRASPARENZA E RENDICONTAZIONE	13
8. ALLEGATI	14
8.1 GLOSSARIO	14

1. PREMESSA E FINALITÀ DEL DOCUMENTO

Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. (CDP) riveste un ruolo fondamentale nell'ambito dello sviluppo sostenibile e si impegna affinché la propria operatività sia realizzata perseguendo la promozione della sostenibilità economica, sociale e ambientale nel lungo termine a beneficio degli azionisti e tenendo conto degli interessi degli altri *stakeholder* rilevanti per la società. Tale principio costituisce una parte integrante dello statuto societario, consentendo a CDP di contribuire in modo significativo al raggiungimento degli Obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Nello svolgimento delle proprie attività CDP adotta un approccio orientato alla creazione di valore condiviso e di lungo termine al fine di contribuire attivamente alla promozione di un futuro sostenibile e all'innovazione in settori chiave per il Paese.

Per CDP costruire un futuro sostenibile significa anche gestire in maniera attenta e trasparente il rapporto con i propri *stakeholder*, sia in ottica di *engagement* proattivo sia di *engagement* reattivo.

Tale consapevolezza è in linea con la crescente attenzione che viene posta al tema a livello internazionale. Infatti, si riconosce che per le aziende è fondamentale saper comprendere e intercettare le posizioni e le aspettative degli *stakeholder* chiave in grado di influenzare l'attività nel lungo termine, quali clienti, fornitori, *business partners*, dipendenti, società civile, *policy makers* e delle agenzie di *rating* che forniscono valutazioni indipendenti sul grado di sostenibilità delle aziende. In particolare, il dialogo costante e costruttivo con i territori e le comunità coinvolti è fondamentale per il buon funzionamento del modello di business della società, che si basa sulla raccolta di risorse dai territori e sulla restituzione ai territori stessi sotto forma di valore economico, sociale e ambientale. Infine, coerentemente con l'impegno a promuovere scelte sostenibili all'interno della propria catena del valore, il dialogo con le proprie società partecipate è importante per garantire la condivisione di conoscenze e la definizione di strategie comuni, per contribuire al progresso del sistema economico nazionale.

Alla luce di tale contesto, CDP ha deciso di adottare una politica che disciplini il costante dialogo e il rapporto tra CDP e tutti i suoi *stakeholder*, consolidando e rafforzando ulteriormente la trasparenza e l'impegno dell'Azienda verso tutte le parti interessate, contribuendo così a promuovere una governance aziendale solida e sostenibile.

Pertanto, la presente Politica "Stakeholder Engagement" ("Politica") definisce i principi e i criteri che CDP applica nelle attività di dialogo con i propri *stakeholder*, differenziando tra:

- *engagement* proattivo, che si sostanzia sia nel coinvolgimento costante e continuativo dei principali *stakeholder* in iniziative di dialogo e confronto, che possano contribuire ad assicurare una migliore comprensione delle reciproche prospettive e aspettative, al fine di costruire relazioni più solide e sostenibili nel lungo termine, sia nella messa a disposizione di canali dedicati per qualsivoglia istanza gli interlocutori desiderino sottoporre all'attenzione di CDP per opportuna e comune risoluzione (quali a titolo esemplificativo, i canali per presentare reclami, effettuare segnalazioni *whistleblowing* e presentare un *grievance*). Infatti, CDP riconosce l'importanza sia di coinvolgere attivamente i propri *stakeholder*, interni ed esterni, con processi strutturati di ascolto e confronto in quanto elementi cruciali per sviluppare una strategia inclusiva e collaborativa in linea con gli impegni di sostenibilità dell'Azienda, sia di consentire ai propri *stakeholder* di comunicare spontaneamente eventuali istanze, usando gli appositi canali messi a disposizione a seconda delle casistiche. Pertanto, CDP considera fondamentale rafforzare il continuo scambio reciproco con i propri portatori di interesse al fine di promuovere la trasparenza, l'*accountability* e le pratiche aziendali etiche, contribuendo a creare un impatto positivo sulle performance aziendali e sull'economia nel suo complesso;
- *engagement* reattivo, nel quale, invece, CDP pone in essere specifiche iniziative e azioni in risposta a un evento critico o a una segnalazione da parte degli *stakeholder* in momenti e su canali diversi da quelli proposti proattivamente da CDP. In questo contesto, si impegna a rispondere in maniera tempestiva alle richieste, alle preoccupazioni o alle critiche degli *stakeholder*, dimostrando comunque e sempre una volontà di risoluzione delle problematiche sollevate e rafforzando l'impegno a sviluppare relazioni costruttive, durature e trasparenti che possano prevenire eventuali criticità nei rapporti.

Il presente documento definisce:

- il contesto di riferimento (capitolo 2);
- il perimetro di applicabilità (capitolo 3);
- il coinvolgimento degli *stakeholder* (capitolo 5);
- i ruoli e le responsabilità dei soggetti coinvolti (capitolo 6);
- le modalità con cui viene garantita la trasparenza e la rendicontazione (capitolo 7).

Il documento è sottoposto a revisione periodica, anche al fine di riflettere, a titolo esemplificativo e non esaustivo, l'evoluzione normativa e regolamentare, il mutamento del contesto di riferimento e la conseguente revisione della strategia di CDP. Il riesame del presente documento ha luogo, in ogni caso, ogni 3 anni.

La presente Politica va letta unitamente ad altre politiche e fonti normative aziendali pertinenti.

2. CONTESTO DI RIFERIMENTO

2.1 Contesto regolamentare e normativo esterno

Negli anni si è registrato un incremento significativo della centralità dello *stakeholder engagement* da parte delle organizzazioni e dei regolatori. Vi è una crescente consapevolezza che le imprese, per operare in modo sostenibile e responsabile, non possano più limitarsi a considerare solo gli interessi dei propri azionisti, ma debbano anche tenere conto delle aspettative e delle necessità di una vasta gamma di *stakeholder*, come dipendenti, clienti, comunità locali, organizzazioni non governative, istituzioni e altri attori chiave. In tale contesto, standard e *framework* internazionali incoraggiano le aziende a intraprendere un dialogo strutturato e inclusivo con i propri *stakeholder*, delineando principi e obiettivi. Ciò anche al fine di rispondere alle crescenti pressioni esterne esercitate dalla società civile riguardo al ruolo delle imprese e al loro impatto sulla società e sull'ambiente e dalle valutazioni delle agenzie di *rating* ESG in merito alle performance di sostenibilità delle aziende, che hanno grande valore nei processi decisionali degli investitori.

In questo contesto, il c.d. azionariato attivo ("Shareholder Activism") sta assumendo un'importanza crescente nel panorama degli investimenti sostenibili e responsabili. Tale approccio si basa sulla convinzione che gli investitori, abbiano non solo il diritto, ma anche la responsabilità di influenzare le politiche e le pratiche delle aziende in cui investono al fine di promuovere la sostenibilità e la creazione di valore economico, ambientale e sociale.

La presente Politica Generale "Stakeholder Engagement" si basa su standard internazionali riconosciuti, al fine di garantire un approccio strutturato e coerente nella gestione delle relazioni con gli *stakeholder*, tra cui lo AA1000 Stakeholder Engagement Standard e i GRI standard.

In particolare, lo AA1000 Stakeholder Engagement Standard fornisce una guida metodologica per l'identificazione, l'analisi e il coinvolgimento degli *stakeholder*, consentendo di comprendere le loro aspettative, bisogni e preoccupazioni.

Relativamente agli Standard GRI, questi riconoscono allo *stakeholder engagement* un ruolo centrale quale strumento strategico sia per la definizione delle strategie aziendali e della gestione del business che per migliorare l'efficacia della rendicontazione aziendale. L'aggiornamento del 2021 degli Standard GRI ha posto una maggiore attenzione sul coinvolgimento degli *stakeholder*: numerosi indicatori sono stati aggiornati nell'ottica di fornire una *disclosure* su come il punto di vista dei portatori d'interesse viene tenuto in considerazione nei diversi processi aziendali. Inoltre, nell'ambito del processo di materialità, lo Standard richiede che gli *stakeholder* (insieme a esperti del settore) siano coinvolti attivamente durante tutto il processo di analisi e individuazione degli impatti.

In tale contesto si inseriscono anche gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) elaborati dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) secondo quanto previsto dalla Direttiva sul Corporate Sustainable Reporting

(CSRD). Nello specifico, nell'ESRS 1 si definiscono i criteri generali di rendicontazione, tra cui l'analisi di doppia materialità necessaria per identificare i temi materiali da rendicontare e per la quale è necessario coinvolgere gli *stakeholder*, mentre nell'ESRS 2 si richiede che le imprese forniscano *disclosure* dei principali *stakeholder*, delle modalità di coinvolgimento e di come gli interessi e i punti di vista degli stessi sono tenuti in considerazione nella strategia e nel business model aziendale. Questo approccio riconosce l'importanza dello *stakeholder engagement* come elemento fondamentale per la rendicontazione aziendale, incoraggiando un dialogo strutturato e significativo con le parti interessate.

2.2 Principale normativa interna collegata

Dal punto di vista del contesto normativo interno, la presente Politica si pone come punto di raccordo tra i diversi documenti normativi all'interno dei quali CDP sancisce e riconosce l'importanza del coinvolgimento delle diverse categorie di *stakeholder*, nelle attività aziendali e disciplina il rapporto con quest'ultimi:

- Statuto Aziendale;
- Codice Etico;
- Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D. Lgs. n. 231/2001;
- Principi di Corporate Governance;
- Policy di Gruppo "Framework di Sostenibilità";
- Politica Generale di Finanziamento Responsabile;
- Politica Generale di Investimento Responsabile;
- Politica Generale Diversità, Equità e Inclusione;
- Politica Generale "Stakeholder Grievance Mechanism";
- Politica Generale "Responsible Procurement";
- Policy di Gruppo "Gestione delle segnalazioni – Whistleblowing";
- Regolamento Reclami.

Il quadro regolatorio e normativo di riferimento è completato da ulteriori fonti normative interne, ove sono declinati i principi, le metodologie e le modalità operative attraverso cui CDP interagisce con le diverse categorie di *stakeholder*.

3. PERIMETRO DI APPLICABILITÀ

Il perimetro societario di applicazione del presente documento è quello di Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. ("CDP").

CDP si impegna affinché la presente Politica sia progressivamente estesa alle Società soggette a direzione e coordinamento¹ di CDP, nel rispetto del principio di proporzionalità e tenuto conto dei profili di autonomia decisionale posta in capo agli organi societari delle società del Gruppo.

Il documento è destinato principalmente a tutte quelle figure che, nell'ambito delle proprie responsabilità lavorative, si trovano a gestire il coinvolgimento degli *stakeholder*, ovvero, a titolo esemplificativo, organi sociali², *management* aziendale, dipendenti, collaboratori e ciascun individuo che operi per conto o sotto la supervisione di CDP.

CDP si impegna a diffondere i contenuti di questa Politica e a renderla disponibile a tutti gli *stakeholder* sulla intranet aziendale e sul sito internet istituzionale in ottica di trasparenza e collaborazione.

¹ Ai sensi degli articoli 2497 e seguenti del Codice civile.

² Qualora parlino in nome e per conto di CDP S.p.A.

4. PRINCIPI GENERALI

In conformità con quanto dichiarato dal Codice Etico, CDP persegue i suoi obiettivi instaurando con i propri *stakeholder* un dialogo aperto volto al rispetto dell'onestà, della trasparenza e della correttezza, nella piena osservanza dell'etica, delle regole e delle *best practices* di riferimento in un'ottica di lungo periodo. Altri principi sui quali CDP basa la gestione del rapporto con i diversi portatori di interesse sono l'inclusività, prendendo in considerazione i punti di vista e le necessità di ogni gruppo di *stakeholder*, la parità di trattamento, che rappresenta un valore centrale per il Gruppo, il quale si impegna a interagire con gli *stakeholder* in modo equo, pur considerando le loro diverse prospettive e necessità, e il principio della materialità, quale criterio fondamentale per identificare gli aspetti più rilevanti per gli *stakeholder* e concentrare gli sforzi di *engagement* su tali tematiche chiave.

Infine, CDP considera il dialogo costante un elemento imprescindibile per stabilire una relazione di fiducia e scambio reciproco con gli *stakeholder*, facilitando un flusso di comunicazione aperto e costruttivo, e persegue il miglioramento continuo, rivedendo regolarmente i meccanismi di coinvolgimento degli *stakeholder*, per garantire che rispondano nel modo più efficiente possibile alle specifiche esigenze.

5. IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

5.1 Obiettivi del coinvolgimento degli *stakeholder*

In linea con quanto definito dai principali standard di riferimento, CDP identifica i suoi *stakeholder* in tutti i soggetti o gruppi i cui interessi sono influenzati o potrebbero esserlo dalle attività dell'organizzazione, ma anche individui, gruppi di individui od organizzazioni che influenzano e/o potrebbero influenzare le attività e le performance aziendali.

In considerazione delle diverse attività svolte, del forte legame con i territori, le istituzioni e la società civile e ritenendo la collaborazione un elemento fondamentale per indirizzare sempre di più la strategia aziendale in maniera efficace, CDP reputa necessario tenere conto di un elevato e diversificato numero di *stakeholder*.

Gli obiettivi che CDP associa a un efficace ed effettivo coinvolgimento e dialogo con gli *stakeholder* sono, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti:

- raccogliere input e raccomandazioni sulla strategia e gli impegni presi, inclusi quelli di natura ESG, anche attraverso il coinvolgimento degli *stakeholder* nel processo di analisi di materialità finalizzato all'identificazione delle tematiche prioritarie di intervento in linea con le aspettative e le esigenze delle parti interessate;
- garantire la trasparenza e la condivisione di informazioni tempestive e accurate con gli *stakeholder*, dimostrando l'impegno a operare in modo aperto e responsabile, offrendo ai portatori d'interesse una chiara comprensione degli obiettivi, delle politiche adottate e delle azioni intraprese;
- individuare potenziali opportunità, anche grazie ai momenti di collaborazione e *open innovation*;
- anticipare possibili criticità relative a politiche, iniziative e progetti che CDP ha sviluppato, sviluppa o ha in piano di realizzare e identificare potenziali rischi, inclusi i rischi reputazionali;
- consolidare la fiducia degli *stakeholder*, per costruire relazioni durature, stabili e solide e in grado di creare valore condiviso in linea con la *mission* del Gruppo.

Inoltre, CDP riconosce che, al fine di instaurare una collaborazione efficace con i portatori d'interesse, oltre alle attività di dialogo e confronto organizzate dall'Azienda, è fondamentale mettere a disposizione canali di ascolto, tra cui quelli dedicati alla segnalazione di eventuali istanze che gli *stakeholder* vogliano sottoporre all'attenzione di CDP, quali ad esempio i reclami, i *grievance* e i *whistleblowing*, così come disciplinati nelle normative dedicate.

Infine, per rispondere tempestivamente a un evento critico o a una segnalazione da parte degli *stakeholder* in momenti e su canali diversi da quelli proposti proattivamente da CDP, l'Azienda attua specifiche iniziative e azioni, dimostrando sempre e comunque rispetto e attenzione al punto di vista di tutti i portatori di interesse e la volontà di risoluzione delle problematiche sollevate e rafforzando l'impegno a sviluppare relazioni costruttive, durature e trasparenti che possano prevenire eventuali criticità nei rapporti.

5.2 Il processo di *engagement* proattivo

Il processo di coinvolgimento degli *stakeholder* si fonda sulla comunicazione costante e proattiva tra CDP e i suoi *stakeholder* ed è volto a stimolare la crescita costante di fiducia e collaborazione da entrambe le parti.

Un *engagement* efficace deve essere coerente alla strategia aziendale e agli obiettivi che si intende intraprendere così da stabilire il perimetro delle attività di coinvolgimento e individuare i temi e le priorità oggetto di dialogo. Al fine di strutturare l'impegno con le parti interessate, l'Azienda adotta un approccio integrato per la gestione delle attività di *stakeholder engagement*, incluse le attività di *engagement* con le aziende partecipate, quale strumento di dialogo sui percorsi di sviluppo, in ottica di massimizzazione degli impatti ambientali e sociali positivi e promozione, ove possibile, delle Aree di Focus previste dalla strategia di CDP.

L'Azienda si impegna, dunque, nel realizzare un processo di *stakeholder engagement* pienamente integrato nella governance e nella strategia aziendale che coinvolga le diverse strutture organizzative sulla base del contributo che queste possono offrire.

Relativamente all'approccio adottato è possibile identificare le seguenti fasi chiave:

1. Mappatura degli *stakeholder*;
2. Definizione della strategia e delle diverse modalità di coinvolgimento degli *stakeholder*, nonché dei canali di ascolto da mettere a loro disposizione per instaurare un dialogo con CDP in qualsivoglia momento;
3. Interazione con gli *stakeholder*, secondo tempi e modalità definite da CDP e/o su attivazione da parte degli *stakeholder* tramite i canali messi a loro disposizione;
4. Valutazione dei risultati delle attività di *stakeholder engagement*, definizione, ove opportuno, di piani di azione e monitoraggio continuo.

5.2.1 Mappatura degli *stakeholder*

Per garantire l'efficacia dei processi di coinvolgimento degli *stakeholder* è essenziale partire da una individuazione e comprensione chiara delle categorie di portatori di interesse da coinvolgere. Pertanto, CDP si impegna a classificare gli *stakeholder*, adottando criteri oggettivi e definiti e assicurando che il coinvolgimento sia guidato da considerazioni strategiche.

Secondo la definizione di *stakeholder* fornita nel paragrafo "5.1 Obiettivi del coinvolgimento degli *stakeholder*" e in linea con i principali standard di riferimento, CDP individua i portatori d'interesse secondo i seguenti criteri:

- Dipendenza: gruppi o individui che sono direttamente o indirettamente dipendenti dalle attività e dai servizi di CDP e dalla sua relativa performance, o coloro dai quali l'Azienda dipende per portare avanti le proprie attività;
- Responsabilità: gruppi o individui verso i quali CDP ha – o potrà avere in futuro – responsabilità legali, commerciali, operative, o responsabilità etiche/morali;
- Tensione: gruppi o individui che necessitano di immediata attenzione da parte di CDP in merito a questioni di carattere finanziario, economico, sociale o ambientale;
- Influenza: gruppi o individui che potrebbero avere un impatto su CDP o che potrebbero influenzarne le decisioni di carattere strategico o operativo;
- Diversa prospettiva: gruppi o individui i cui diversi punti di vista possono portare a una nuova comprensione della situazione e all'identificazione di nuove opportunità o azioni che altrimenti non verrebbero identificate.

Nell'ottica di una pianificazione efficace dei processi di coinvolgimento degli *stakeholder*, CDP effettua almeno annual-

mente, in occasione dell'aggiornamento della matrice di materialità prevista dai principi di rendicontazione non finanziaria e comunque sempre in occasione di eventi significativi (come, ad esempio, il *Multistakeholder Forum*³), una ricognizione ed eventuale aggiornamento delle categorie di *stakeholder* con le quali instaurare un dialogo e un coinvolgimento durante lo svolgimento delle proprie attività.

Di seguito si riportano le principali categorie di *stakeholder* considerate ai fini della presente Politica. Si specifica che tale elenco è a titolo non esaustivo:

- Azionisti
- Comunità finanziaria (agenzie di *rating* e investitori)
- Controparti di business (enti locali, altre Pubbliche Amministrazioni, imprese, *startup*/imprese innovative)
- Dipendenti
- Fornitori
- Media
- Ministeri e Istituzioni
- Nuove generazioni
- Partner (società partecipate, organizzazioni internazionali multilaterali, agenzie governative)
- *Peers* (Istituzioni finanziarie private, *National Promotional Banks and Institutions/Development Banks*)
- Regolatori e *Policy makers*
- Risparmiatori/retail
- Sindacati
- Società civile (ONG, associazioni di categoria, terzo settore, gruppi formali e informali di cittadini)
- Università e *Think Tank*

5.2.2 Definizione della strategia e delle modalità di coinvolgimento degli *stakeholder*

CDP riconosce che ogni *stakeholder* ha bisogni, interessi e aspettative peculiari nei confronti dell'organizzazione. Pur riconoscendo tale individualità, l'Azienda si impegna a individuare e analizzare priorità e aspettative per ciascuna categoria di *stakeholder* definita nella fase precedente, adattando conseguentemente strategie e azioni di coinvolgimento. Tale processo di analisi consente di adottare piani di coinvolgimento mirati, personalizzati e proattivi, al fine di favorire una comunicazione efficace, una condivisione di informazioni accurata e una costruttiva collaborazione con gli *stakeholder* rilevanti. Inoltre, CDP definisce le modalità attraverso cui gli *stakeholder* possono avanzare autonomamente all'Azienda eventuali osservazioni e/o istanze, mettendo a disposizione canali di ascolto dedicati.

CDP si impegna a selezionare attentamente gli strumenti e la strategia di *engagement* non solo in base ai bisogni e alle aspettative degli *stakeholder* identificati, ma anche sulla base degli obiettivi del coinvolgimento. Queste attività possono includere incontri *one to one*, consultazioni online, gruppi di lavoro tematici, community, *forum multistakeholder* o altre forme di interazione. L'obiettivo in questa fase del processo è trovare un equilibrio tra il livello desiderato di interazione, lo scopo del coinvolgimento e la natura delle relazioni con i portatori d'interesse.

CDP si impegna ad attuare modalità di *engagement* inclusive per permettere a tutti gli *stakeholder* di partecipare pienamente ai processi di coinvolgimento e si impegna a mettere in atto azioni di mitigazione correttive per evitarne o prevenirne l'esclusione.

Il livello di coinvolgimento viene definito considerando tre variabili:

- l'obiettivo dell'attività di *engagement*;
- influenza reciproca tra *stakeholder* e CDP;
- tipologia e stato della relazione tra CDP e i portatori di interesse.

Una volta identificato il livello di coinvolgimento è necessario definire le modalità e la frequenza delle interazioni. Tali meccanismi possono variare da un contatto puramente informativo unidirezionale a una comunicazione bidirezionale,

³ Momento annuale dedicato all'ascolto e al dialogo con gli *stakeholder* sui temi chiave dello sviluppo sostenibile.

una consultazione, o la responsabilizzazione, quando gli *stakeholder* sono coinvolti nel processo decisionale, come riportato nella Tabella 1.

Tabella 1: classificazione dei metodi di coinvolgimento sulla base del livello di coinvolgimento, elaborata in base all'AA1000SES del 2015.

Livello di coinvolgimento	Modalità di coinvolgimento (elenco non esaustivo)
<p>Informare (<i>engagement</i> unidirezionale dall'Azienda verso gli <i>stakeholder</i>, che non prevede nessun invito a rispondere)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicati e lettere • Opuscoli • Report e sito <i>web</i> • Presentazioni pubbliche e <i>speech</i> • Informative periodiche
<p>Consultare (<i>engagement</i> bidirezionale limitato, in cui gli <i>stakeholder</i> rispondono a specifiche e limitate domande poste dall'organizzazione)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sondaggi • <i>Focus group</i> • Incontri con <i>stakeholder</i> selezionati • Panel di consultazione • Incontri pubblici • <i>Workshop</i>
<p>Negoziare (<i>engagement</i> bidirezionale limitato, mirato a discutere questioni specifiche con l'obiettivo di raggiungere un accordo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contrattazione collettiva con le Rappresentanze Sindacali • Contrattazione con controparti • Incontri <i>one to one</i>
<p>Coinvolgere (<i>engagement</i> bidirezionale o multidirezionale, in cui l'organizzazione e gli <i>stakeholder</i> agiscono indipendentemente verso obiettivi concordati)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Forum <i>multistakeholder</i> • Processi di creazione del consenso • Processi decisionali partecipativi • <i>Focus group</i> • Strumenti di coinvolgimento <i>online</i> • Canali di ascolto dedicati
<p>Collaborare (<i>engagement</i> bidirezionale o multidirezionale, mirato a un apprendimento congiunto e all'identificazione di decisioni e azioni condivise)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Progetti congiunti • Co-progettazione • <i>Joint venture</i> • <i>Partnership</i> • Iniziative <i>multistakeholder</i> • Piattaforme di collaborazione online • Commissioni Paritetiche Sindacali (aziendali e territoriali)
<p>Responsabilizzare (gli <i>stakeholder</i> contribuiscono nella definizione delle strategie)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valorizzazione e progressiva adozione di processi di consultazione nei quali vengono sottoposti all'esame degli <i>stakeholder</i> documenti di indirizzo strategico

5.2.3 Interazione con gli *stakeholder*

Sulla base di quanto pianificato nella fase precedente, nel corso dell'anno CDP realizza le attività di *engagement* degli *stakeholder*. Per consentire la loro effettiva ed efficace partecipazione, CDP si impegna a coinvolgerli nei tempi opportuni, fornire adeguati informazioni e materiale ed essere trasparente nelle modalità del coinvolgimento.

Tra le iniziative di *engagement* svolte annualmente rientrano anche il percorso di individuazione delle tematiche materiali più significative per il Gruppo, sulla base dell'individuazione e valutazione degli impatti generati e/o subiti dal Gruppo, ai fini dell'aggiornamento della Matrice di Materialità quale strumento per identificare le tematiche rilevanti di sostenibilità da rendicontare pubblicamente all'interno della propria rendicontazione di sostenibilità.

Oltre alle attività di *engagement* organizzate da CDP, le interazioni possono avvenire anche per scelta degli *stakeholder*, laddove decidano di utilizzare i canali di ascolto messi a loro disposizione per segnalare istanze (es. reclami, *whistleblowing*, *grievance*) oppure per avanzare proposte/osservazioni.

I risultati delle attività di *engagement*, l'individuazione sono opportunamente documentati (es. risultati delle *survey*, verbalizzazione degli incontri) e analizzati, in modo da poter essere presi in considerazione nelle scelte di CDP e per identificare eventuali piani di azione e di risposta/*follow-up* agli *stakeholder* coinvolti.

5.2.4 Valutazione dei risultati delle attività di *stakeholder engagement*, definizione di piani di azione e monitoraggio continuo

CDP si impegna a esaminare l'efficacia della strategia di coinvolgimento degli *stakeholder* adottata, valutando i risultati ottenuti e le opportunità di miglioramento identificate lungo l'intero percorso.

Sulla base dei risultati e delle opportunità di miglioramento rilevati, CDP verifica la possibilità di predisporre piani di azione finalizzati al miglioramento continuo delle attività di dialogo e di coinvolgimento dei portatori di interesse.

La fase di valutazione del processo di *stakeholder engagement* comporta altresì un monitoraggio periodico per verificarne la qualità complessiva, al fine di assicurare che gli impegni assunti da parte di CDP vengano mantenuti, contribuendo così a costruire un rapporto di fiducia con le parti interessate.

5.3 Il processo di *engagement* reattivo

CDP riconosce lo *stakeholder engagement* reattivo quale processo cruciale per gestire le relazioni con gli *stakeholder*, inclusi gli esponenti della società civile, gli investitori, gli analisti e le agenzie di *rating* ESG, nei casi in cui questi rilevino delle criticità nelle attività svolte dal Gruppo o dalle sue partecipate.

Quando situazioni critiche si manifestano, le aspettative e le esigenze degli *stakeholder* possono cambiare rapidamente, richiedendo una risposta tempestiva e mirata per affrontare le loro preoccupazioni e richieste.

Per dare risposta a specifiche criticità sollevate in momenti e su canali diversi da quelli proposti proattivamente da CDP, è stato sviluppato un processo aziendale di tempestivo ascolto e risposta, che prevede il coinvolgimento di una *Task force* dedicata per l'analisi e la gestione delle criticità/segnalazioni della società civile e potenziali controversie collegate anche ai rating ESG pervenute a CDP, con l'obiettivo di elaborare una proposta di mutua soddisfazione.

In questo contesto, CDP si impegna a implementare un processo di *controversies management* e a essere proattiva nel monitorare, raccogliere e gestire le criticità rilevate, al fine di mitigare i danni reputazionali e risolvere possibili controversie, per perseguire il raggiungimento degli obiettivi aziendali in armonia con le aspettative, nell'ambito di un percorso di dialogo e responsabilità condivise.

L'obiettivo del processo di *engagement* reattivo è dunque quello di identificare e implementare le modalità di risposta più

opportune per gestire le istanze avanzate dagli *stakeholder*, con particolare riferimento alla società civile, agli investitori, gli analisti e alle agenzie di *rating* ESG. Le istanze da parte degli *stakeholder* a cui CDP è chiamata a rispondere possono essere ricondotte, a titolo esemplificativo e non esaustivo, alle seguenti casistiche:

- commenti ufficiali richiesti ad articoli in fase di redazione, su studi e report in uscita;
- contestazioni/richieste di spiegazione pervenuti per interventi e azioni compiute da CDP e dalle società partecipate;
- criticità e richieste di posizione emergenti a mezzo stampa/social media a cui si decide di replicare;
- controversie attribuite a CDP e identificate sulla base di informazioni e dati disponibili pubblicamente, che potrebbero condurre alla riduzione dei punteggi sottostanti ai *rating* ESG rilasciati da agenzie di *rating* specializzate.

Tali istanze possono pervenire a CDP attraverso diversi canali quali ad esempio: comunicazione ai Vertici aziendali, lettere aperte, articoli di stampa, notifica da parte delle agenzie di *rating* ESG di una nuova controversia e conseguente potenziale variazione dei punteggi sottostanti ai *rating* ESG, o altri strumenti appositi (es. email istituzionale). Una volta rilevata una possibile criticità o segnalazione da parte delle categorie di stakeholder oggetto di interesse, viene avviato il processo volto alla gestione e risoluzione delle stesse con il supporto di una *task force* trasversale.

Il processo di *engagement* reattivo si sostanzia sulle seguenti macro-attività:

- recepimento e analisi della segnalazione o della criticità al fine di analizzare la categoria di stakeholder, l'oggetto della segnalazione (valutandone la rilevanza e la fondatezza) e il canale di comunicazione utilizzato, e attivazione di un processo di monitoraggio sui social e sui media degli effetti nel tempo (es. viralità dell'informazione)⁴;
- individuazione dei soggetti, interni a CDP e/o esterni, quali a titolo esemplificativo consulenti/esperti da attivare per affrontare la questione. In questa fase si verifica anche l'eventuale necessità di coinvolgere le società partecipate interessate dalla segnalazione/criticità, attraverso azioni di *engagement* mirate, in linea con la Politica Generale di Investimento Responsabile;
- formulazione della risposta raccogliendo i contributi dalle parti coinvolte, prediligendo laddove possibile, il riferimento a documenti ufficiali pubblici, quali Politiche o Linee Guida e comunicando le azioni intraprese;
- informativa ad Amministratore Delegato, Presidente e Organi Sociali di CDP;
- invio della risposta alla controparte interessata;
- eventuale *engagement* della controparte, in un dialogo costruttivo per prevenire eventuali ulteriori criticità;
- archiviazione della documentazione raccolta e prodotta durante il processo per garantire la tracciabilità e la trasparenza.

Il processo descritto comprende esclusivamente le attività chiave alla base della gestione delle istanze e delle criticità provenienti dagli *stakeholder*. CDP si impegna perciò nell'adattare tale processo e le fasi che lo compongono in base alle specifiche esigenze e peculiarità delle situazioni trattate, con l'obiettivo di gestire in modo efficace e tempestivo eventuali situazioni critiche. Per la gestione efficace dei processi di *engagement* reattivo saranno previsti applicativi informatici in grado di tracciare e gestire tutti i flussi informativi relativi ai casi e – laddove previsto – dare trasparenza all'esterno dello stato e dell'esito della gestione delle istanze.

6. RUOLI E RESPONSABILITÀ

Alla luce del contesto delineato, si definiscono - nel rispetto e in conformità del sistema normativo, organizzativo e dei poteri e delle deleghe interne aziendali - ruoli e le responsabilità dei diversi soggetti coinvolti:

Consiglio di Amministrazione:

- approva in via esclusiva e non delegabile il presente documento nonché ogni sua revisione di carattere non formale e la relativa eventuale abrogazione;
- sulla base dei flussi informativi ricevuti, supervisiona il processo di *stakeholder engagement*.

⁴Si segnala che, in caso di errata destinazione della segnalazione, la funzione ricevente dovrà comunque attivarsi per assicurarne il corretto trattamento, condividendo tempestivamente la segnalazione con il corretto destinatario gestore della stessa.

Comitato Rischi e Sostenibilità:

- rilascia parere al Consiglio di Amministrazione sul presente documento nonché sulle sue revisioni;
- supporta il Consiglio di Amministrazione nella valutazione periodica della funzionalità del processo di *stakeholder engagement*.

Amministratore Delegato:

- propone al Consiglio di Amministrazione l'approvazione della Politica "Stakeholder Engagement", nonché eventuali modifiche;
- cura l'attuazione nel continuo di quanto stabilito dalla Politica, garantendo un assetto organizzativo funzionale all'obiettivo.

Direzione "Comunicazione, Relazioni Esterne e Sostenibilità":

- assicura, in cooperazione con la Direzione Policy, Valutazione e Advisory, la definizione di proposte di aggiornamento del presente documento nel rispetto delle linee guida strategiche di volta in volta definite, garantendo le opportune iniziative di sensibilizzazione e formazione;
- effettua, con il supporto delle altre unità coinvolte, almeno annualmente, e comunque sempre in occasione di eventi significativi, una ricognizione ed eventuale aggiornamento delle categorie di *stakeholder* con le quali instaurare un dialogo e un coinvolgimento durante lo svolgimento delle proprie attività;
- coordina e guida, con il contributo delle altre unità organizzative, lo svolgimento delle diverse attività di *engagement* nonché il monitoraggio complessivo delle stesse affinché queste risultino uniformi e in linea con i contenuti della presente Politica, assicurandone la comunicazione e l'aggiornamento a tutte le diverse categorie di *stakeholder*;
- coordina il processo di gestione delle criticità (c.d. "processo di *engagement* reattivo"), con il supporto della *task force* dedicata. Laddove le criticità siano segnalate dalle agenzie di *rating* ESG, il processo è coordinato in collaborazione con la Direzione Amministrazione, Finanza e Controllo;
- assicura l'aggiornamento del Consiglio di Amministrazione, con il contributo delle altre unità organizzative coinvolte, sull'avanzamento e sulle iniziative significative intervenute nel dialogo con tutti gli *stakeholder*.

Direzione "Policy, Valutazione e Advisory":

- assicura il monitoraggio dell'evoluzione della tematica nell'ambito di una più ampia strategia ESG e, in cooperazione con la Direzione Comunicazione, Relazioni Esterne e Sostenibilità, la definizione di proposte di aggiornamento del presente documento nel rispetto delle linee guida strategiche di volta in volta definite, garantendo le opportune iniziative di sensibilizzazione e formazione nonché un supporto consulenziale nel continuo in merito alla relativa interpretazione.

Direzione "Amministrazione, Finanza e Controllo":

- coordina, in collaborazione con la Direzione Comunicazione, Relazioni Esterne e Sostenibilità, il processo di gestione delle criticità (c.d. "processo di *engagement* reattivo") laddove la segnalazione provenga dalle agenzie di *rating* ESG, alla luce della peculiarità dello *stakeholder* e dei possibili impatti prodotti dalla segnalazione sui *rating* ESG (con eventuali ricadute sull'operatività del Gruppo, come ad esempio sul costo della raccolta legata a strumenti "*sustainability-linked*").

Task force per la gestione delle criticità:

Task force creata per supportare le Direzioni Comunicazione, Relazioni Esterne e Sostenibilità e Amministrazione, Finanza e Controllo nell'analisi e gestione delle criticità/segnalazioni della società civile e potenziali controversie collegate anche ai rating pervenute a CDP. La *task force*, di composizione variabile a seconda della tematica oggetto di gestione, è costituita da rappresentanti delle Direzioni Internal Audit, Comunicazione, Relazioni Esterne e Sostenibilità, Policy, Valutazione e Advisory e Amministrazione, Finanza e Controllo. Laddove opportuno, sono coinvolti anche rappresentanti di altre Direzioni non ricomprese in quelle precedentemente menzionate.

L'operatività di CDP prevede che differenti funzioni, in coerenza con quanto stabilito dal funzionigramma e dal sistema di poteri delegati tempo per tempo vigenti, gestiscano le relazioni con differenti categorie di *stakeholder*. A seconda della

categoria di *stakeholder* di riferimento ciascuna funzione aziendale è responsabile della scelta e della implementazione della strategia di coinvolgimento più adatta, dell'analisi delle aspettative e della valutazione dei risultati, assicurando sempre il rispetto dei principi e del processo stabiliti nella presente Politica. Nel caso in cui le suddette funzioni intendano intraprendere attività di *stakeholder engagement* non ricomprese all'interno della presente Politica sono tenute a informare preventivamente la Direzione Comunicazione, Relazioni Esterne e Sostenibilità al fine di assicurare l'adozione di pratiche di *engagement* corrette e uniformi nonché permettere il monitoraggio e il coordinamento dei processi di *engagement* previsti all'interno dell'Azienda.

7. TRASPARENZA E RENDICONTAZIONE

CDP, riconoscendo il valore della trasparenza e del dialogo continuo con i propri *stakeholder* si impegna a una rendicontazione continua e trasparente sia all'interno sia all'esterno dell'Azienda, anche relativamente ai risultati del processo di *engagement* con i portatori di interesse.

A tal fine, CDP pubblica annualmente sul proprio sito web una rendicontazione non finanziaria, inclusiva della Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario (DNF) ai sensi del D.lgs. 254/2016 e s.m.i., redatta secondo standard riconosciuti (es. GRI Sustainability Reporting Standards, Integrated Reporting Framework, Sustainability Accounting Standards Board) e inclusiva delle proprie attività e degli impatti generati anche dalla propria operatività interna.

La trasparenza sulle attività di *engagement* è assicurata anche attraverso le informazioni pubblicate sul sito internet dell'Azienda, nonché attraverso eventi e *webinar ad hoc*.

Il presente documento è pubblicato sul sito istituzionale di CDP.

8. ALLEGATI

8.1 Glossario

- **AA1000SES - AA1000 Stakeholder Engagement Standard:** framework pubblicato nel 2015 con l'obiettivo di fornire alle organizzazioni ispirazione per le varie fasi di attività (valutazione, disegno, implementazione e comunicazione).
- **Azienda:** Cassa Depositi e Prestiti S.p.A.
- **Engagement proattivo:** comprende sia il coinvolgimento costante e continuativo dei principali stakeholder in iniziative di dialogo e confronto definite da CDP, che possano contribuire ad assicurare una migliore comprensione reciproca delle prospettive e aspettative, per considerarle nelle scelte strategiche e operative di CDP e costruire relazioni più solide e sostenibili nel lungo termine, sia la messa a disposizione di canali dedicati per qualsivoglia istanza (quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: reclami, *grievance*, *whistleblowing*) gli interlocutori desiderino sottoporre all'attenzione di CDP per opportuna e comune risoluzione.
- **Engagement reattivo:** specifiche iniziative e azioni poste in essere in risposta a un evento critico o a una segnalazione da parte degli stakeholder in momenti e su canali diversi da quelli proposti proattivamente da CDP.
- **Environmental, Social and Governance (ESG):** indica i fattori di tipo ambientale, sociale e di governo societario che qualificano una attività come sostenibile.
- **Grievance:** istanza o dichiarazione, presentata, in forma scritta, dalla Comunità che reputa di essere o poter essere impattata negativamente ovvero di aver subito o poter subire danni di natura ambientale e/o sociale, da un progetto finanziato da CDP o comunque da un'operazione per cui è stato richiesto il supporto finanziario di CDP (per maggiori dettagli cfr. Politica Generale Stakeholder Grievance Mechanism).
- **Gruppo CDP:** Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. e Società soggette a direzione e coordinamento di CDP S.p.A. ai sensi degli articoli 2497 e seguenti del codice civile.
- **Reclamo:** dichiarazione di insoddisfazione presentata dalla clientela in forma scritta nei confronti di CDP S.p.A. relativa a un comportamento o a un'omissione di CDP S.p.A. che possono comportare un danno economico e/o reputazionale per la stessa CDP S.p.A. (per maggiori dettagli cfr. Regolamento Reclami).
- **Segnalazione whistleblowing:** comunicazione, scritta od orale, avente ad oggetto informazioni su comportamenti, atti od omissioni rilevanti ai sensi del D. Lgs. n. 24/2023 che ledono l'interesse pubblico o l'integrità dell'amministrazione pubblica o dell'ente privato (i.e. violazioni) di cui il Segnalante stesso è venuto a conoscenza nell'ambito del contesto lavorativo (per maggiori dettagli circa le modalità di gestione, cfr. Policy di Gruppo "Gestione delle Segnalazioni - Whistleblowing").
- **Stakeholder:** soggetti o gruppi i cui interessi sono influenzati o potrebbero esserlo dalle attività dell'organizzazione, come anche individui, gruppi di individui od organizzazioni che influenzano e/o potrebbero influenzare le attività e le performance aziendali.