

POLÍTICA DE CONTRIBUIÇÕES E DOAÇÕES

1. OBJETIVO

A presente política tem por objeto estabelecer diretrizes para a realização de contribuições, doações e patrocínios pela Cia. Hering de forma a garantir que sejam realizados com transparência, integridade e legalidade, reafirmando uma atuação responsável e alinhada às estratégias do negócio.

2 DEFINIÇÕES

Companhia: É a Cia Hering, controladas diretas e indiretas no Brasil e no exterior.

Doação: Toda transferência de bens, direitos, valores ou vantagens do patrimônio da Companhia para outra pessoa física ou jurídica.

Doação Política: Toda Doação, a partido político ou coligação, nos termos da legislação eleitoral.

Patrocínio: é o pagamento de valores financeiros ou permuta de bens e serviços a uma instituição ou evento organizado por terceiro, no intuito de divulgar sua marca e estreitar a comunicação da empresa com os *stakeholders*, consumidores, clientes, fornecedores e com a sociedade.

Agente Público: Qualquer pessoa física, servidor ou não, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, exercendo cargo, emprego ou função pública em ou para Autoridade Governamental; qualquer pessoa física que trabalhe para empresa prestadora de serviço contratada ou conveniada para a execução de atividade típica da Administração Pública; ou qualquer dirigente de partido político, seus empregados ou outras pessoas que atuem para ou em nome de um partido político ou candidato a cargo político; ou Agente de organizações públicas internacionais, como por exemplo, Banco Mundial, Nações Unidas, Fundo Monetário Internacional, etc.

Entidade Filantrópica, Beneficente ou Sem Fins Lucrativos: Toda pessoa jurídica, sem fins lucrativos, que tenha como finalidade a prestação de serviços nas áreas de assistência social, saúde, educação, esporte, cultura, ciência e lazer.

Investimento Social privado: repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais, culturais e científicos de interesse público.

Marca: é um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa.

3 APLICAÇÃO

Esta política aplica-se aos membros da administração e colaboradores da Cia. Hering e de suas controladas/subsidiárias seja no Brasil e/ou no exterior.

4 DIRETRIZES

O processo para contribuições, doações e patrocínios podem ocorrer mediante: i) a entrega de

itens produzidos pela Companhia, ii) dispêndio de valores monetários, iii) fornecimento de itens provenientes do processo produtivo, como sobras de insumos e malhas, iv) entrega de bens/patrimônios da organização e v) contribuições na forma prevista em leis de incentivo para entidades públicas, privadas e terceiro setor.

Para tanto, deverão ser observadas as seguintes diretrizes:

a) Apoio Institucional: apoio a iniciativas, ações e eventos realizados por associações, órgãos públicos, empresas, instituições parceiras, com o objetivo de fortalecer relações institucionais da Cia. Hering ou de suas marcas com a sua rede, promover temas relevantes para o posicionamento estratégico da empresa e de suas marcas, ou ainda reforçar marca empregadora com públicos específicos.

NOTA – Fortalecer a marca empregadora é o processo de promover a imagem de uma empresa, consolidar sua boa reputação e torná-la referência como um bom lugar para se trabalhar. A gestão do processo de doação, deve ser conduzida pela área e aprovada pela diretoria que deseja realizar o apoio. É necessário alinhar previamente com a área de Comunicação Institucional no caso de apoios em nome da Cia. Hering. Apoios em nome das marcas da empresa deverão ser alinhados com as equipes de marketing observando as estratégias de cada marca.

b) Investimento Social Privado: Este pilar objetiva compartilhar valor com a comunidade, reforçando o papel da Cia. Hering em contribuir com o desenvolvimento das regiões onde atua e do ecossistema da moda. Os apoios realizados com este aspecto são destinados para a Fundação Hermann Hering ou a projetos/instituições alinhadas com os objetivos e políticas definidas pela Fundação.

NOTA – A Fundação Hermann Hering possui gestão independente da Cia. Hering e poderá atuar em projetos financiados através de outras fontes de captação, além da Cia. Hering.

Além de serem avaliadas as condições descritas acima, nos casos de doações e patrocínios, as disposições abaixo devem ser observadas:

c) É terminantemente proibido o oferecimento ou entrega de qualquer tipo de contribuição, doação ou a troca de favores com servidores públicos ou a partidos políticos, a fim de obter qualquer favorecimento para facilitar, autorizar ou acelerar o trabalho dos agentes governamentais. A Companhia respeita a participação de colaboradores em atividades políticas desde que sejam sempre em caráter pessoal, fora do expediente de trabalho e em observância às diretrizes do Código de Conduta;

d) Todos os Apoios Institucionais concedidos devem ser registrados, com informações claras e detalhadas sobre a ação/apoio, com dados da área e do solicitante, evidências da sua autorização/realização (ex.: e-mail, notas fiscais e etc), além de arquivados pela área de Comunicação no caso de apoios institucionais Cia. Hering, e pelas áreas de Marketing no caso de apoios realizados pelas marcas da Cia. Hering.

e) Todos os pedidos de apoio relacionados a Investimento Social Privado, devem ser encaminhados para a avaliação da Fundação Hermann Hering e à equipe de Sustentabilidade.

f) Em caso de catástrofes e situações de comoção pública, poderá ser definida outra estratégia de apoios ou doações, alinhada com a área de Comunicação Institucional;

g) A Cia. Hering não realiza doações para pessoa física, salvo em casos excepcionais autorizados pela Diretoria;

h) Em nenhuma hipótese, podem ser realizadas contribuições, doações e apoios em nome da Cia. Hering sem o conhecimento da área de Comunicação Institucional;

i) Contribuições contínuas (ex.: mensais) ou contratos de patrocínios devem ser revisadas anualmente ou conforme prazo estabelecido em contrato;

- j) A definição quanto a divulgação da marca ou denominação social da Cia. Hering ou menção sobre o apoio fica a critério da área de Comunicação Institucional;
- k) Não é permitido o uso da imagem da Cia. Hering ou de nossas marcas para qualquer manifestação político-partidária; e
- l) Os aportes feitos com amparo em leis de incentivo serão prioritariamente destinados a Investimento Social Privado, descrito no item b acima.

5 RESPONSABILIDADE (S):

Às áreas de Comunicação e de Marketing: caberão fazer a gestão das doações, contribuições e patrocínios através de controles e registros pertinentes para manter a clareza e transparência das pessoas, bens e valores envolvidos nas situações dispostas nesta Política.

À área de sustentabilidade: garantir a aplicação das diretrizes de Investimento Social Privado da Cia. Hering descritas neste documento, bem como acompanhar impactos e resultados gerados através destes investimentos.

À Área Jurídica: cabe assessorar as áreas envolvidas nos projetos de doações, contribuições e patrocínios na análise de informações e documentos quanto à legislação e normas aplicáveis. Deve sempre observar que em todos os contratos firmados com instituições beneficiadas faça constar cláusulas que possam resguardar a Companhia caso a outra parte se envolva em violações de normas ou leis que possam impactar em sua reputação.

À Área de Compliance: cabe zelar pelo monitoramento de situações de divergência com os valores e objetivos da Companhia, inclusive com a adoção de medidas que visem a harmonização, averiguação e levantamento de informações quanto à eventual violação às normas vigentes, sejam elas externas ou internas. Além disso, acionar as áreas de forma periódica para fornecer informações quanto aos registros de suas ações de patrocínio e doações para fins de análise de risco.

6 DISPOSIÇÕES GERAIS E VIGÊNCIA

Casos específicos não citados nesta Política Corporativa serão administrados pela área de Comunicação Institucional em conjunto com as áreas de apoio citadas acima.

Em caso de dúvidas, a área de Comunicação Institucional deve ser acionada e, para casos suspeitos de violação ou mesmo violação efetiva do aqui disposto, podem ser reportadas via Canal de Ética, mediante registro de relato no site www.contatoseguro.com.br/ciahering ou ligação para o 0800 601 8606, ficando resguardada eventual solicitação de anonimato do denunciante além da observância de não retaliação como proteção ao mesmo.

Compete aos membros da administração e colaboradores da Companhia, suas controladas e subsidiárias, difundir esta política e zelar pelo seu cumprimento, além de serem observados os princípios e procedimentos estabelecidos neste documento.

A presente política entra em vigência na data de sua publicação tendo validade de 2 (dois) anos, podendo, sempre que a área de Compliance, de Sustentabilidade, de Marketing e de Comunicação Institucional entender cabível, revisá-la em um período inferior.

Quaisquer dúvidas ou esclarecimentos acerca desta política deverão ser encaminhadas à Diretoria de Relações com Investidores, no endereço eletrônico ri@ciahering.com.br.

*Esta política foi aprovada pelo Conselho de Administração da Companhia em 26 de agosto de 2020 e entrou em vigor na data da sua publicação.