



POLITICA DE COMUNICACIÓN DE CORPORACIÓN FINANCIERA ALBA, S.A.¹

I.- Finalidad

La finalidad de la presente política es establecer los principios y directrices en el ámbito de la comunicación corporativa, con el propósito de proyectar la identidad, valores y actividades de CORPORACION FINANCIERA ALBA, S.A. (“ALBA”), mediante acciones de comunicación que conduzcan al cumplimiento de las estrategias y objetivos de la Compañía.

ALBA considera esencial proporcionar la máxima transparencia en la información de la Compañía y en las relaciones con los grupos de interés.

Asimismo, ALBA desea proporcionar a los accionistas, inversores, analistas, grupos de interés y comunidad financiera, en general, las vías de comunicación que faciliten una relación fluida entre éstos y la Compañía, de forma que les permita tener un conocimiento lo más completo y adecuado posible de ella y de su actividad.

II.- Principios y directrices

La política de comunicación de ALBA se asienta en los siguientes principios y directrices:

- Potenciar la buena reputación de la Compañía.
- Transparencia en la transmisión de informaciones y hechos que se refieran a la actividad y funcionamiento de la Compañía.
- Sistematizar la transmisión de información a la opinión pública de forma segura, a través de los medios de comunicación, y garantizando, además de la transparencia, el tratamiento riguroso de las noticias y un nivel apropiado de disponibilidad.
- Aprovechamiento de las ventajas que aportan las nuevas tecnologías en beneficio de accionistas e inversores.
- Cumplimiento estricto de las normativas aplicables. ALBA perseguirá la consecución de sus fines en el marco del estricto cumplimiento de la Ley.
- Trasladar a la sociedad los valores de la Compañía como empresa sostenible, ética y responsable con su entorno económico, ambiental y social.
- Promover las acciones de comunicación e información que puedan resultar convenientes para contribuir a la realización de los objetivos de la Compañía.
- Colaborar con las Administraciones Públicas en materia de comunicación, cuando resulte necesario.

¹ Aprobada por el Consejo de Administración celebrado el 10 de Junio de 2015.

III.- Canales de información y comunicación

ALBA utiliza como instrumentos fundamentales de comunicación con los grupos de interés que se relacionan con ella:

- La página web corporativa (www.corporacionalba.es), que se actualiza de forma continua, en la que se ofrecen todas las informaciones que afectan a la Compañía, la evolución de sus principales magnitudes así como una descripción de su estrategia de inversión y de su cartera de participadas. El objetivo es que los contenidos y la inmediatez a la hora de incorporarlos a la web corporativa, favorezca la mayor transparencia posible en la relación de ALBA con su entorno. El contenido de la web corporativa cumplirá, en todo caso, con el mínimo exigido por la normativa aplicable, dado que ALBA es una compañía cotizada.

ALBA publica en su web corporativa todos los hechos relevantes e informaciones financieras, así como aquéllas otras que puedan resultar de interés para accionistas, inversores e instituciones relacionadas con la Compañía.

Los contenidos de la web corporativa se incorporarán de forma simultánea, siempre que sea posible, en español e inglés, para facilitar las consultas desde otros países.

- Las informaciones periódicas relativas a la sociedad, que se difunden aprovechando las diferentes vías y, en consecuencia, tanto los vehículos de comunicación tradicionales como las nuevas tecnologías y redes sociales. El objetivo es utilizar los medios adecuados para una más completa participación y diálogo con los grupos de interés, accionistas e inversores.
- Contacto continuo del Departamento de Comunicación con los profesionales de los diferentes medios que siguen las informaciones de la Compañía para que estén al corriente de su situación y actividad, ofreciéndoles el mejor conocimiento posible de la misma.
- ALBA es consciente de la importancia y repercusión que están proporcionando las nuevas tecnologías y los canales de comunicación a través de Internet, por lo que, a medida que resulte oportuno, irá a aprovechando estos cauces de comunicación.

IV.- Control

La aplicación de esta Política de comunicación será revisada periódicamente por la Dirección y el Consejo de Administración de la Compañía.

Madrid, 10 de junio de 2015