

Document typ Policy	Document ID KP01	First version 2025-10-02	Last revised 2025-10-02	Classification Officiellt dokument	Page Sida 1 av 2
Document Issuer: CEO			Approved by: Clean Shift Sweden AB board		

Kommunikationspolicy – Clean Shift Sweden AB

1. Syfte

Syftet med denna policy är att säkerställa att Clean Shift Sweden AB kommunicerar korrekt, tydligt och i rätt tid med aktiemarknaden, media, investerare och andra intressenter, i enlighet med gällande lagar och regler.

2. Omfattning

Polycyn gäller all extern kommunikation som kan påverka bolagets aktiekurs eller allmänhetens förtroende, inklusive:

- Pressmeddelanden
- Finansiella rapporter
- Insiderinformation
- Kommunikation via hemsida och sociala medier

3. Ansvarsfördelning

- **VD** är ytterst ansvarig för bolagets kommunikation.
- **IR-ansvarig (Investor Relations)** hanterar löpande kontakt med investerare och analytiker.
- **Styrelseordförande** får uttala sig i strategiska frågor efter samråd med VD.
- Endast utsedda talespersoner får uttala sig å bolagets vägnar.

4. Insiderinformation

- Insiderinformation ska offentliggöras så snart som möjligt via pressmeddelande enligt MAR.
- Bolaget får skjuta upp offentliggörande om det är berättigat och inte riskerar att vilseleda marknaden.
- Insiderförteckningar ska föras enligt MAR och Finansinspektionens föreskrifter.

Document typ Policy	Document ID KP01	First version 2025-10-02	Last revised 2025-10-02	Classification Officiellt dokument	Page Sida 2 av 2
Document Issuer: CEO			Approved by: Clean Shift Sweden AB board		

5. Pressmeddelanden

- Alla pressmeddelanden som innehåller kurspåverkande information ska publiceras via ett regulatoriskt nyhetsflöde. I Clean Shifts fall Modular Finance.
- Pressmeddelanden ska även finnas tillgängliga på bolagets hemsida.

6. Finansiell rapportering

- Delårsrapporter och årsredovisningar ska publiceras enligt fastställd finansiell kalender.
- Rapporteringen ska vara transparent, korrekt och jämförbar över tid.

7. Sociala medier och hemsida

- Bolagets hemsida ska innehålla aktuell information för aktieägare och media.
- Sociala medier används som komplement, aldrig som primär kanal för kurspåverkande information.

8. Tyst period

- Bolaget tillämpar en tyst period på 30 dagar före offentliggörande av finansiella rapporter. Under denna tid ges inga kommentarer om bolagets resultat eller framtidsutsikter.

9. Kriskommunikation

- Vid kriser eller oväntade händelser ska kommunikation ske snabbt, samordnat och transparent.
- Kommunikationsansvarig aktiverar krisplanen i samråd med VD och styrelse.