



Codice dei Principi di Business e relative Policy di Unilever



Indice

Il Codice e il nostro Standard di condotta

04
05
06
08
10
12
13
14

Contrastare la corruzione

16
17
18
20
21
22

Il rispetto delle persone

24
25

Tutela delle informazioni

28
29
30
31
32

L'impegno verso l'esterno

35
36
37
39
41
42

Glossario

44



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Il Codice e il nostro standard di condotta



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Il nostro contesto

I nostri Valori

I nostri valori di Integrità, Rispetto, Responsabilità e spirito pioneristico sono il modo più semplice per spiegare chi siamo. Essi determinano ogni nostra azione.

Codice dei Principi di Business

Il nostro **Codice dei Principi di Business** è una semplice affermazione etica del nostro modo di operare. Questo documento viene pubblicato all'esterno e ci aspettiamo che tutti i soggetti che lavorano con noi, agiscano rispettando I nostril stessi principi.

Le Policy del Codice

Le **Policy del Codice** definiscono i comportamenti etici che dobbiamo adottare lavorando in Unilever. Le Policy sono obbligatorie. Sebbene siano per uso interno, le pubblichiamo anche esternamente a sostegno della trasparenza.



Il Codice dei Principi di Business

Contrastare la corruzione

Il rispetto delle persone

Tutela delle informazioni

L'impegno verso l'esterno

Glossario

Introduzione di Alan Jope

Benvenuti nel documento più importante di Unilever: il nostro Codice dei Principi di Business.

Quando penso al tempo trascorso in Unilever e al perché sono rimasto in Unilever per oltre 30 anni, credo che le ragioni principali siano due: la nostra diversità geografica e i valori di business. Valori che ci spingono a fare la cosa giusta e a trattare le persone con rispetto.

Avere valori forti che esprimono il rispetto verso le persone, la società e il pianeta è sempre stata una caratteristica di Unilever e continuerà a rappresentare un fattore fondamentale per costruire la nostra azienda purpose-led e future-fit. La nostra capacità di continuare a lavorare e a competere con successo dipende dall'impegno nel rispettare questi valori da parte di tutti noi, giorno dopo giorno.

Sappiamo tuttavia che per farlo, in questo mondo instabile e imprevedibile, dobbiamo affrontare numerose difficoltà. Difficoltà, non scuse. Molti dei paesi in cui operiamo sono agli ultimi posti negli indici di corruzione globali. Il mondo digitale ci presenta sempre nuove sfide legate alla gestione della sicurezza informatica e dei dati; inoltre, il modo in cui la nostra azienda e i nostri brand "si presentano" in questo

mondo connesso dei social media è più complesso che mai. Per di più, l'accelerazione del cambiamento e la maggiore velocità con cui dobbiamo operare spesso aumentano tali difficoltà.

Il Codice dei Principi di Business rappresenta la nostra guida per mettere in pratica questi valori. Stabilisce un chiaro standard di comportamento che ci consente di prendere sempre la decisione giusta e fornisce un quadro di semplici "cosa fare" e "cosa non fare". È un documento che non solo tutela Unilever e tutti noi, ma che ci aiuterà ad avere un impatto significativo sulle vite di milioni di persone in tutta la catena del valore.

Una buona parte della forza di Unilever risiede nei valori condivisi da tutti noi. Comportarsi con integrità fa parte del nostro essere. Grazie per la vostra diligenza e per il contributo alla creazione di un mondo più giusto e di sani principi mentre lavoriamo per raggiungere il nostro obiettivo di essere leader globali di un business sostenibile.

Non stancatevi mai di leggere il nostro Codice. È importante.

Grazie, Alan



**Il Codice dei
Principi di
Business**

**Contrastare
la corruzione**

**Il rispetto
delle persone**

**Tutela delle
informazioni**

**L'impegno
verso l'esterno**

Glossario

Codice dei Principi di Business e Policy del Codice (1 di 2)

Introduzione

Unilever crede in una crescita responsabile e sostenibile.

Il nostro Codice dei principi di Business definisce quali siano i principi non negoziabili per tutti i dipendenti. Codifica i nostri valori, esprimendo con chiarezza le aspettative che abbiamo nei confronti dei dipendenti.

Applicando il Codice, daremo vita ai nostri valori e ai nostri purpose, ogni giorno e in tutto quello che facciamo.

Standard di comportamento

Svolgiamo le nostre attività con onestà, integrità e trasparenza, rispettando i diritti umani e gli interessi dei dipendenti.

Allo stesso tempo, dobbiamo rispettare gli interessi legittimi di tutti i soggetti con cui ci relazioniamo.

Ci impegniamo a garantire la trasparenza in tutte le attività per far sì che i nostri interlocutori abbiano fiducia in noi.

Rispetto della legge

I dipendenti e le società Unilever devono rispettare le leggi e le normative dei paesi in cui operano.

Dipendenti

Unilever si impegna a creare un ambiente di lavoro atto a promuovere la diversità, l'inclusione, l'apprendimento continuo e le pari opportunità, anche per le persone con disabilità. Crediamo in un luogo di lavoro caratterizzato da fiducia reciproca, rispetto dei diritti umani e assenza di discriminazioni. Sosteniamo il benessere fisico e mentale dei nostri dipendenti, garantendo condizioni di lavoro sicure.

Selezioniamo, assumiamo e promuoviamo i dipendenti esclusivamente sulla base delle qualifiche e delle capacità necessarie per il ruolo da ricoprire.

I dipendenti ricevono un pacchetto retributivo complessivo in linea o superiore agli standard minimi di legge ed in linea con gli standard dei mercati in cui operiamo. Ci impegniamo a fornire ai dipendenti un salario equo che permetta di soddisfare le loro necessità quotidiane.

Unilever non utilizza alcuna forma di lavoro forzato, imposto, minorile o fornito da manodopera oggetto di tratta.

Rispettiamo la dignità dell'individuo e il diritto dei dipendenti alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva.

Manteniamo delle buone comunicazioni con i dipendenti attraverso procedure di consultazione e informazione a livello aziendale.

Garantiamo l'adozione di procedure trasparenti, eque e confidenziali che consentano ai dipendenti e alle terze parti di denunciare qualsiasi eventuale problematica.

Unilever garantisce che non ci saranno ritorsioni nei confronti di persone o dipendenti che inviino eventuali segnalazioni.

Consumatori

Unilever si impegna ad offrire prodotti e servizi brandizzati mirati, che rappresentino valori costanti in termini di prezzo e qualità, e che possano essere utilizzati in totale sicurezza. I prodotti e i servizi sono accuratamente e opportunamente etichettati, pubblicizzati e diffuse..

Azionisti

Unilever svolge le proprie attività secondo i principi di buona "governance" aziendale, accettati a livello internazionale. Forniamo agli azionisti informazioni puntuali, costanti e affidabili sulla nostra struttura e attività, sulla situazione finanziaria e sui relativi rendimenti.

Partner commerciali

Unilever si impegna a costruire rapporti reciprocamente vantaggiosi con fornitori, clienti e partner commerciali. Nei rapporti commerciali ci aspettiamo che i partner adottino principi di business coerenti con i nostri. Ciò significa conformità alle nostre policy per le terze parti e impegno a collaborare con noi per affrontare i problemi aventi un impatto negativo sulla società e sul pianeta. Collaboreremo con questi partner per accrescere gli standard e far sì che i loro dipendenti ricevano un salario equo e non siano soggetti a lavoro forzato, coatto, minorile o fornito da manodopera oggetto di tratta.



Codice dei Principi di Business e Policy del Codice (2 di 2)

Conformità – Monitoraggio – Segnalazioni

La conformità a questi principi rappresenta un elemento fondamentale del nostro successo aziendale. Il Board di Unilever ha la responsabilità di assicurarsi che questi principi vengano applicati a tutti i livelli aziendali.

Il CEO ha la responsabilità di implementare questi principi ed è supportato a tale scopo dal Global Code and Policy Committee, che è presieduto dal Chief Legal Officer.

Le responsabilità quotidiane sono delegate agli alti vertici aziendali di regioni, divisioni, funzioni e società operative, che hanno la responsabilità di implementare questi principi e sono supportati dalle Business Integrity Committee locali.

La compliance viene assicurata e monitorata ogni anno. La compliance è soggetta a esame da parte del Board con il supporto del Corporate Responsibility Committee, così come dell'Audit Committee in caso di questioni finanziarie e contabili.

Ogni violazione del Codice deve essere segnalata. Il Board di Unilever non contesterà il management per eventuali perdite di business derivanti dal rispetto di questi principi e delle altre policy obbligatorie. Sono state adottate tutte le misure necessarie per consentire ai dipendenti di inviare segnalazioni in modo riservato, senza subire eventuali ritorsioni.

Coinvolgimento della comunità

Unilever opera assumendosi le proprie responsabilità nei confronti delle società e della comunità in cui opera.

Innovazione

Nell'adottare quelle innovazioni scientifiche che soddisfino le esigenze dei consumatori, terremo conto delle preoccupazioni dei nostri consumatori e della società. Lavoriamo su solide fondamenta scientifiche e applicando rigidi standard di sicurezza del prodotto.

Concorrenza

Unilever crede in una concorrenza fattiva, ma leale e sostiene lo sviluppo di leggi adeguate in materia di concorrenza. I dipendenti e le società del Gruppo Unilever operano nel rispetto dei principi di concorrenza leale e di tutte le normative applicabili in materia.

Il pianeta

Unilever si impegna per il miglioramento continuo della gestione del suo impatto ambientale nonché per raggiungere l'obiettivo a lungo termine relativo allo sviluppo di un business sostenibile.

Unilever lavora in collaborazione con soggetti terzi per promuovere il rispetto dell'ambiente, migliorare la comprensione delle tematiche ambientali e diffondere le buone prassi.

Attività pubbliche

Le società Unilever sono incoraggiate a promuovere e difendere i loro legittimi interessi commerciali.

Unilever coopera con governi e altre organizzazioni, sia direttamente che tramite enti quali le associazioni di categoria, allo sviluppo di proposte legislative e di altre normative che possano avere effetto positivo sui legittimi interessi commerciali.

Unilever non sostiene in alcun modo partiti politici e non contribuisce a finanziare attività di gruppi le cui attività siano intese a favorire gli interessi di partiti.

Tangenti e corruzione

Unilever non fornisce e non riceve, direttamente o indirettamente, tangenti o altri benefici impropri per ottenere un ingiusto guadagno commerciale o finanziario. Nessun dipendente può offrire, fornire o ricevere regali o pagamenti che siano o possano essere interpretati come tangenti.

Qualsiasi richiesta o offerta di tangenti deve essere immediatamente respinta e comunicata al management.

I registri contabili e la relativa documentazione a supporto di Unilever devono descrivere e riflettere accuratamente la natura delle operazioni a cui si riferiscono. Nessun conto, fondo o patrimonio occulto o non contabilizzato viene istituito o mantenuto.

Conflitti d'interesse

Tutti i dipendenti e i terzi che lavorano per Unilever devono evitare attività personali e detenere interessi finanziari che potrebbero entrare in conflitto con le proprie responsabilità nei confronti dell'azienda.

I dipendenti Unilever devono astenersi dal ricercare vantaggi personali o a favore di terzi che siano ottenuti abusando della propria posizione.

Dati

Unilever si impegna a utilizzare i dati in modo responsabile, etico ed equo.

Raccogliamo e utilizziamo i dati in linea con i nostri valori, le leggi applicabili e rispettando la privacy come diritto umano.

Nota

Nel presente Codice sono utilizzate per comodità le espressioni "Unilever" e "società Unilever", con le quali si indicano il Gruppo aziendale Unilever composto da Unilever N.V., Unilever PLC e le rispettive società controllate. Per "Board" di Unilever si intendono i direttori di Unilever N.V. e Unilever PLC.



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Vivere il Codice (1 di 2)

In Unilever siamo guidati dal purpose, i nostri valori sono alla base del nostro successo e sono essenziali per raggiungere la nostra ambizione di creare futuro a lungo termine e sostenibile per tutti.

Vivere il Codice significa mettere in pratica i nostri valori e confermare il nostro impegno a fare business con integrità; ciò ci permette di creare valore attraverso i valori. I nostri clienti e consumatori hanno piena fiducia in noi perchè facciamo business con integrità. La reputazione di Unilever è un asset prezioso e preservare questa reputazione richiede a ciascuno di noi i più alti standard di comportamento.

Il Codice dei Principi di business di Unilever (il "Codice") e le policy che lo supportano ("Policy" del Codice) stabiliscono gli standard richiesti a tutti i nostri dipendenti. Unilever richiede inoltre che i propri partner commerciali e i loro dipendenti agiscano secondo principi coerenti con i nostri.

Queste aspettative sono definite nella Policy [Approvvigionamento e partner commerciali responsabili](#), che definisce i requisiti di conformità per terze parti che collaborano con Unilever.

La violazione del Codice o delle relative Policy potrebbe avere conseguenze molto gravi per Unilever e per i dipendenti: eventuali condotte illecite, potrebbero comportare conseguenze molto gravi per Unilever e i suoi dipendenti. Parliamo di potenziali sanzioni per l'azienda, la reclusione per gli individui e un danno notevole per la nostra reputazione.

La presente Policy del Codice spiega come garantire che il Codice e tutte le Policy stesse siano compresi e rispettati da tutti i dipendenti e da chiunque lavori per Unilever. La Policy conferma la responsabilità che ogni persona si assume di riportare e denunciare violazioni sospette o effettive e illustra come gestire circostanze analoghe. La mancata osservanza del Codice e/o di qualsiasi Policy sarà ritenuta molto grave da Unilever e potrebbe portare a sanzioni disciplinari, incluso il licenziamento, e azioni legali.

All'interno del Codice e delle Policy del Codice, il termine "dipendenti" fa riferimento a:

- Dipendenti Unilever, siano essi a tempo pieno, part-time, a tempo determinato e indeterminato o stagisti.
- Persone con il ruolo di amministratori legali o responsabilità equivalenti.
- Dipendenti di joint venture di cui Unilever controlla la gestione.
- Dipendenti di nuove acquisizioni, a partire dalla data di acquisizione dell'azienda.

Vivere il Codice è uno sforzo di squadra. Il Codice e le Policy del Codice non possono essere applicate per ogni situazione considerando che le leggi differiscono da paese a paese. In presenza di situazioni non contemplate, bisogna ricorrere al buon senso nello spirito del Codice e delle relative Policy, e sempre nel rispetto della legge.

Cosa fare

Tutti i [dipendenti](#) devono:

- Assicurarsi di conoscere e comprendere i principi del nostro Codice e delle Policy collegate.
- Completare i relative training di formazione, come richiesto dal proprio Line Manager o del Business Integrity Officer.
- Rispettare il Codice e le relative Policy: in caso di dubbi su come interpretare questi documenti e/o sul fatto che specifici comportamenti soddisfino o meno gli standard richiesti, è consigliabile rivolgersi al proprio Line Manager o al Business Integrity Officer.
- Segnalare subito violazioni reali o potenziali del Codice o delle relative Policy, che riguardi loro stessi, i colleghi o chiunque agisca per conto di Unilever e a prescindere che questa sia accidentale o intenzionale. Questo include i casi in cui il comportamento dei Business Partner non si allinei agli standard.



Vivere il Codice(2 of 2)

Cosa fare

Di solito il vostro Line Manager è la persona giusta a cui segnalare violazioni potenziali effettive del Codice o delle Policy. In caso non fosse possibile rivolgersi al diretto responsabile, potrete parlare con:

- il Business Integrity Officer
- Un membro della Business Integrity Committee del vostro Paese
- La [Code Support Line](#) riservata di Unilever (ove prevista in base alle leggi locali), via telefono o web utilizzando il numero telefonico o l'indirizzo web comunicato a livello locale
- Se viene richiesto di non segnalare una potenziale violazione da parte del proprio Line Manager o di un altro dipendente, dovete immediatamente segnalare tale circostanza al Business Integrity Officer e/o alla Code Support Line

Inoltre, tutti i Manager **devono**:

- Essere un buon esempio per gli altri, fornendo i chiarimenti richiesti, dimostrando di conoscere ed applicare il Codice e le Policy, garantendo di rispettare i principi di integrità nello svolgimento di tutte le attività
- Sottoscrivere l'Integrity Pledge, la dichiarazione annuale di impegno a rispettare il Codice e le Policy
- Assicurarci che tutti i membri del team, compresi i neo-assunti:
 - Abbiamo letto il Codice e le Policy
 - Abbiamo seguito e completato la formazione obbligatoria
 - Comprendano come segnalare i problemi e/o le violazioni effettive o presunte
- Partecipare ai corsi formativi che sono stati stabiliti appositamente dalla Business Integrity Committee o dal Line Manager, ad esempio "Business Integrity Moments" (Momenti di Business Integrity), nei briefing one-to-one e durante le discussioni di team
- Ove necessario, offrire al proprio team indicazioni e supporto in merito al Codice e alle Policy, anche quando è necessario fare escalation per questioni irrisolte e coinvolgere il Business Integrity Officer
- Garantire che chiunque segnali problematiche o evidenze violazioni potenziali o reali, riceva sostegno e rispetto senza essere vittima di ritorsioni
- Assicurarci che i problemi sollevati vengano presi sul serio e affrontati tempestivamente, trattando le relative informazioni con discrezione e discutendole con il Business Integrity Officer il prima possibile per determinare le azioni da intraprendere e le persone da coinvolgere
- Collaborare attivamente e completare qualsiasi documentazione (ad es. informazioni sui casi e contenuti da fornire) eventualmente richiesta dal Business Integrity Officer
- Nell'eventualità di una violazione all'interno del team, è necessario ponderare ulteriori comunicazioni, formazione o modifiche ai processi e alle procedure per ridurre la probabilità che le violazioni si ripetano

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Ignorare o non segnalare situazioni in cui ritengono che vi sia o vi possa essere una violazione del Codice o delle relative Policy
- Tentare di impedire ad un collega di segnalare una violazione potenziale o effettiva, o chiedere di ignorare un problema
- Rivalersi contro un collega che, in buona fede, riferisca una violazione potenziale o effettiva
- Discutere con terzi in merito a qualsiasi violazione potenziale o effettiva in corso di indagine, a meno che non si riceva un'autorizzazione dal team investigativo.



Legal Consultation (1 di 2)

I dipendenti devono sempre rispettare le leggi e le normative vigenti nei paesi in cui opera Unilever. Non conoscere le leggi non è mai una scusa valida. Una consulenza tempestiva con un legale è dunque essenziale per garantire che i legittimi interessi e le opportunità di business di Unilever siano protetti.

La presente policy del Codice stabilisce le modalità e le circostanze in cui i dipendenti devono richiedere consulenza legale rivolgendosi all'Ufficio Legale di Unilever.

Cosa fare

I Responsabili di tutti i Cluster/ Paesi, Board o i senior leadership team ed i responsabili di tutte le categorie, i leadership team corporate o di funzione, devono garantire che il Legal Business Partner di riferimento sia un membro di quel medesimo leadership team su chiamata e/o che abbia un invito "aperto" per partecipare a tutte le riunioni dei suddetti team e riceva copia di tutte le relative agende e minute.

Tutti i dipendenti devono:

- Informare tempestivamente il proprio Line Manager (o altra persona idonea per maggiori dettagli consultare la policy del Codice "Vivere il Codice") e richiedere un parere legale qualora sospettino o rilevino attività illecite in relazione alle attività di Unilever o ad attività associate che coinvolgano terzi



Legal Consultation (2 di 2)

Cosa fare

- Consultarsi prontamente con il Legal Business Partner di riferimento, nelle situazioni:
 - Contratti commerciali, locazioni, licenze e transazioni: Contratti commerciali per beni o servizi (salvo che l'Ufficio Legale di Unilever abbia espressamente delegato i poteri all'azienda o abbia istituito una via diretta per la consulenza legale con uno studio legale esterno); Contratti relativi alla proprietà intellettuale, quali licenze per tecnologia, marchi registrati, contratti di sviluppo congiunto o di assistenza tecnica; operazioni di tesoreria, ad esempio, raccolta di capitale o debito, leasing di beni, operazioni su derivati operazioni di copertura valutaria o swap sui tassi di interesse) o garanzie relative ad operazioni di tesoreria; Operazioni relative a fusioni, acquisizioni, cessioni o joint venture
 - Azioni legali e normative: Controversie civili, quali controversie contrattuali o di lavoro, minacciate o effettive, da parte di o nei confronti di una società o un dipendente Unilever, compresa la presentazione o la risoluzione di tali controversie; Procedimenti penali, minacciati o effettivi, da parte di o nei confronti di una società o un dipendente Unilever, o su iniziativa di Unilever;

Comunicazione con il governo o autorità in merito a indagini, incluse ispezioni non programmate, o nel caso in cui Unilever intenda ottenere un intervento normativo, ad esempio in materia di etichettatura tramite enti governativi locali (per maggiori informazioni consultare la Policy del Codice in materia di [Contatti con il governo, le autorità di regolamentazione e le organizzazioni non governative](#))

- Concorrenza/antitrust: Questioni di compliance relative a leggi sulla concorrenza/antitrust, come le condizioni commerciali, accordi di esclusiva o politiche sui prezzi; riunioni, contatti, collaborazioni, accordi o altre attività tra cui la partecipazione alle associazioni di categoria o a gruppi industriali (formali e informali o ad hoc), che possano implicare lo scambio di informazioni con un concorrente o restrizioni alla concorrenza (per maggiori informazioni consultare la Policy del Codice in materia di [Concorrenza leale e Informazioni sui concorrenti](#))
- Comunicazione: Comunicati stampa che potrebbero influire sulla reputazione di Unilever o determinare una responsabilità giuridica, o contenere informazioni "riservate" o "price sensitive" (per maggiori informazioni consultare la Policy del Codice dal titolo [Prevenire l'insider trading](#))

- Claims, brands, marchi commerciali, materiali di marketing: Claim di prodotto e materiali di marketing, tra cui materiale pubblicitario e promozionale, packaging ed etichette, materiale commerciale, materiali per il punto vendita e contenuti web; autorizzazione all'uso di qualsiasi nome commerciale, marchio, logo, slogan, endorsement di testimonial famosi e sponsorizzazioni; rinnovo, tutela e dismissione di marchi commerciali, diritti d'autore e nomi a dominio utilizzati dall'azienda; contestazioni da parte/nei confronti dei/di concorrenti di Unilever, relative a claims, brands, marchi
- Occupazione: Questioni relative agli obblighi di non concorrenza, alle controversie in materia di lavoro, ai licenziamenti e a condizioni contrattuali non ordinarie
- Sicurezza: Alterazione o contraffazione dei prodotti; Reclami dei consumatori che possano condurre a controversie legali; Potenziali ritiri di prodotti; Incidenti relativi alla sicurezza di consumatori, prodotti, lavoratori o sicurezza ambientale che potrebbero avere implicazioni legali
- Strutture legali o di governance: Modifiche o problemi relativi alla struttura legale o di governance a livello geografico o corporate, come ad esempio modifiche dell'assetto patrimoniale o della composizione del Consiglio di Amministrazione, deposito degli atti di società quotate e accordi/rapporti con gli azionisti terzi

- Tangenti e corruzione: Questioni di corruzione o tangenti, denunce o presunzioni riguardo a situazioni che potrebbero avere implicazioni in termini di corruzione o tangenti (per maggiori dettagli vedere la policy del Codice "[Anticorruzione](#)")

I dipendenti di Unilever devono ricorrere al proprio buon senso e giudizio nelle circostanze non contemplate dalla presente policy del Codice. In caso di dubbi, devono muoversi sempre in maniera cautelativa consultando l'Ufficio Legale.

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**

- I dipendenti non devono compiere qualsiasi azione ritenuta illegale e/o illegittima da parte dell'Ufficio Legale. Nei casi in cui un'attività non sia illegale e/o illecita ma comporti comunque rischi importanti per Unilever secondo il parere legale, come ad esempio quello di un contenzioso, è vietato procedere senza l'espressa autorizzazione degli alti vertici aziendali.
 - Nominare un investigatore privato senza il preventivo consenso del General Counsel.
- I dipendenti al di fuori dell'Ufficio Legale **non devono**
- Nominare, gestire o rimuovere dall'incarico consulenti legali esterni o pagare eventuali spese legali che differiscano dalle strutture tariffarie concordate con l'Ufficio Legale.

Gestione responsabile dei rischi



La gestione dei rischi è parte integrante della strategia di Unilever e del raggiungimento degli obiettivi a lungo termine di Unilever. Il successo del nostro business dipende dalla nostra capacità di identificare e cogliere le opportunità generate da Unilever e dai mercati in cui operiamo.

Unilever adotta un approccio integrato alla gestione dei rischi che pone la valutazione dei rischi e delle opportunità al centro del programma del leadership team. Unilever definisce i rischi come azioni o eventi che possano influire sulla capacità di raggiungere gli obiettivi. Unilever identifica e mitiga i rischi al ribasso, come perdita di denaro, di reputazione o di talento, nonché i rischi al rialzo, come non implementare la strategia, non rafforzare la brand equity o non crescere nei mercati che si espandono.

L'approccio di Unilever della gestione dei rischi è nelle nostre attività ordinarie di business con una serie di Principi globali di gestione dei rischi, implementati a livello locale.

I relativi elementi strutturali includono:

- Governance di Unilever, struttura organizzativa e delega dei poteri
- Visione, strategia e obiettivi
- Codice dei Principi di Business, Policy del Codice e Standard
- Risk and Control Frameworks
- Gestione della performance e processi operativi
- Compliance e attività di certificazione.

Cosa fare

Tutti i Manager **devono** implementare i principi di gestione responsabile del rischio come segue:

- Responsabilità: devono saper identificare e gestire i rischi, collegati al loro ruolo;
- Propensione al rischio: dopo aver effettuato i controlli, devono determinare il livello di rischio che sono disposti ad accettare in modo tale che non costituisca una minaccia significativa al raggiungimento degli obiettivi;
- Mitigazione del rischio: devono mettere in atto continuando ad essere operativi, per poter raggiungere gli obiettivi

Tutti i membri dei leadership team **devono**

- Garantire che vengano implementate tutte le attività di risk management, come specificato nello Unilever's Risk and Control Framework, per le aree di loro competenza;

- Effettuare una discussione annuale sui rischi al fine di:
 - Identificare i principali rischi aziendali di cui sono responsabili;
 - Rivedere la gestione di tali rischi;
 - Identificare eventuali gap nella gestione del rischio;
- Eseguire update regolari e garantire che tutti i rischi siano gestiti e mitigati nel modo opportuno.

Assieme ai loro team, tutti i responsabili di progetti di trasformazione organizzativa **devono**

- identificare i rischi principali associati al raggiungimento degli obiettivi del progetto
- Preparare piani di mitigazione dei rischi
- Monitorare i progressi con il gruppo direttivo del Progetto.

Innovazione responsabile



L'innovazione è fondamentale per il successo aziendale di Unilever e rappresenta un elemento essenziale della nostra strategia globale. L'integrità e l'obiettività della nostra ricerca sono elementi chiave del nostro approccio all'innovazione responsabile. In materia di sicurezza Unilever non accetta compromessi.

Unilever conduce attività di ricerca e innovazione responsabili, sicure e sostenibili, nel pieno rispetto dei nostri consumatori e della società. Nel soddisfare le esigenze dei consumatori, le innovazioni di Unilever si basano su solidi principi scientifici e tecnici, e rispecchiano standard elevati e principi etici.

Unilever dispone di standard globali validi per tutte le attività di ricerca e innovazione, tra cui: la progettazione sicura e sostenibile di nuovi processi, prodotti e confezioni; lo sviluppo di prodotti e brand; la creazione di collaborazioni per innovazioni e la pubblicazione della nostra ricerca scientifica.

Cosa fare

Tutti i dipendenti coinvolti nelle attività di ricerca scientifica e innovazione **devono** rispettare tutte le normative attinenti al loro settore di lavoro, in particolare per:

Garantire che i rischi per la sicurezza dei consumatori, la sicurezza sul lavoro e dell'ambiente siano valutati e gestiti in modo adeguato;

Garantire le specifiche appropriate per le materie prime, i prodotti e le confezioni;

Garantire una gestione efficace dei rischi per la sicurezza dei consumatori derivanti dagli allergeni alimentari;

Garantire che la ricerca su soggetti umani sia condotta secondo gli standard etici più elevati;

- Sostenere l'impegno di Unilever a eliminare la sperimentazione animale senza compromettere la sicurezza dei consumatori (cfr "Sviluppo di approcci alternativi alla sperimentazione animale");
- Garantire l'integrità, la solidità, l'obiettività e la trasparenza di tutte le ricerche scientifiche e delle collaborazioni con partner esterni (cfr "Posizione di Unilever sulla scienza con obiettività e integrità");
- Mantenere e rendere accessibili i registri di tutte le ricerche, compresi i protocolli e i dati di studio, nonché la relativa interpretazione e le decisioni prese;
- Sollevare qualsiasi preoccupazione in merito alla mancata conformità effettiva o potenziale alla presente Policy del Codice con il Business Integrity Officer, il Line Manager o il proprio business partner dell' R&D

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Fornire presentazioni o pubblicazioni che non siano state approvate tramite le procedure di verifica interne
- Collaborare con terzi al di fuori di un accordo contrattuale strutturato e approvato

Sicurezza e qualità dei prodotti



La reputazione e il successo di Unilever si fondano sulla fornitura di prodotti e servizi sicuri e di alta qualità, che rispettano tutte le normative e gli standard applicabili, sia interni che esterni, nella catena del valore end-to-end.

Tutti i dipendenti devono fare la loro parte nel garantire che i prodotti e i servizi che forniamo soddisfino o superino le aspettative di clienti e consumatori.

Unilever intraprenderà azioni rapide e tempestive per richiamare prodotti o servizi che non soddisfino i nostri standard qualitative interni o quelli richiesti dal mercato.

Cosa fare

I dipendenti **devono**:

- Utilizzare procedure efficaci per misurare e registrare le performance dei prodotti e dei processi, e, ove possibile, applicare azioni preventive o correttive per garantire la massima qualità dei prodotti per i clienti e i consumatori
- Segnalare tempestivamente e in modo proattivo al proprio Line Manager o al Business Integrity Officer tutti i problemi relativi alla sicurezza o alla qualità dei prodotti

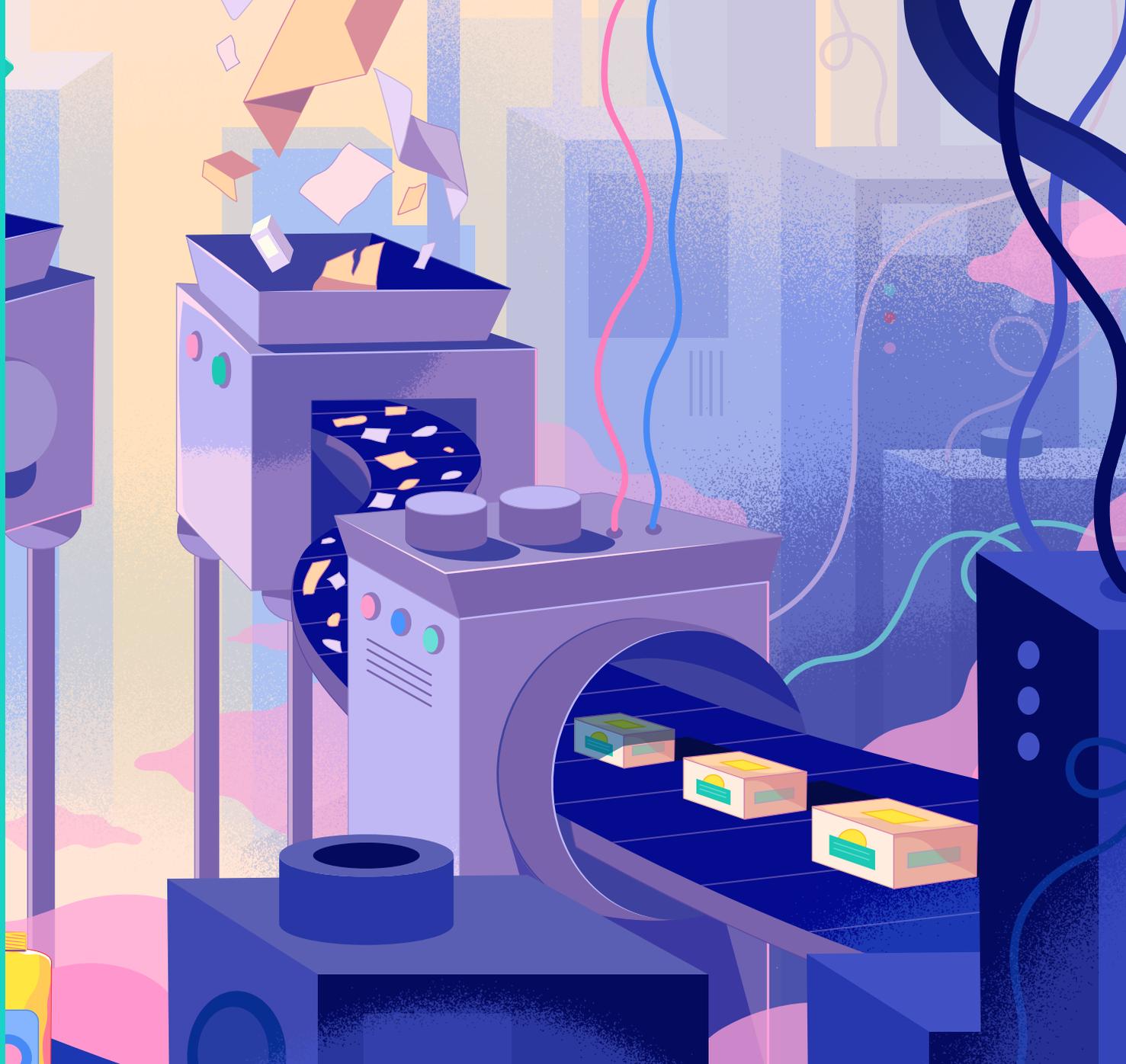
Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Produrre o distribuire intenzionalmente prodotti, inclusi articoli promozionali o servizi che potrebbero mettere a rischio la salute dei dipendenti o dei consumatori, che potrebbero mettere in pericolo i clienti o compromettere la reputazione di Unilever
- Prendere decisioni sulla sicurezza o sulla qualità dei prodotti senza la l'autorità necessaria e la competenza adeguata
- Rispondere a clienti o consumatori in merito alla qualità o alla sicurezza dei prodotti senza la necessaria preventiva autorizzazione

Contrastare la corruzione

L'integrità definisce come ci comportiamo ovunque siamo. Ci guida nel fare la cosa giusta per garantire il successo di Unilever a lungo termine



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Evitare i conflitti di interesse

I conflitti d'interesse possono avere un notevole impatto negativo sulla reputazione e sull'efficienza di Unilever, sul suo business e sui suoi dipendenti. Si ha un caso di conflitto di interesse, qualora un dipendente consenta ai propri interessi personali, finanziari o non finanziari, reali, percepiti o potenziali, di influenzare la sua obiettività nello svolgimento del proprio lavoro in Unilever.

La presente Policy del Codice definisce le azioni che i dipendenti devono compiere per prevenire e gestire queste situazioni.

Può verificarsi un conflitto d'interesse (che va segnalato) quando un dipendente:

- Assegna, gestisce o distribuisce il carico di lavoro, la valutazione delle prestazioni, la concessione di promozioni e/o premi a persone con cui ha un rapporto personale stretto
- Accetta o svolge un ruolo di [funzionario pubblico](#) oppure ha un [familiare](#) o un contatto personale stretto che è un funzionario pubblico in grado di prendere decisioni che potrebbero influire sul business di Unilever
- Ha uno stretto interesse personale in attività di concorrenti o di alter terze parti, o di clienti o di fornitori di Unilever. Sono inclusi i casi in cui il dipendente, i suoi familiari o un contatto personale stretto:
 - Lavori per o fornisca servizi a clienti o a fornitori di Unilever

- Abbia compiuto investimenti, ad esclusione di fondi pensione quotati in borsa, fondi indicizzati o fondi tracciati caratterizzati da:
 - Interessi sostanziali in un concorrente, in un'entità controllata o partecipata dallo Stato o in qualsiasi altra parte terza collegato all'attività di Unilever (5% del patrimonio netto di una qualsiasi di queste entità)
 - Qualsiasi interesse nei confronti di un fornitore, se loro stessi o uno dei membri del loro team si occupino di selezionare, valutare i fornitori, ovvero negoziare con questi ultimi
- Consente ai suoi interessi non finanziari, come i valori personali, le convinzioni, il benessere e le opinioni politiche di prevalere sulle aspettative legali ed etiche di Unilever, influenzando le sue prestazioni o l'obiettività sul lavoro

Cosa fare

I [dipendenti](#) devono:

- Garantire che Unilever si trovi nella posizione migliore per beneficiare di potenziali opportunità di business
- Completare ed inviare la Dichiarazione sul Conflitto di Interessi tramite il nostro tool on-line Convercent, inserendo le proprie credenziali, per rivelare immediatamente un conflitto d'interesse effettivo, percepito o potenziale. La dichiarazione sarà automaticamente inviata per informazione al tuo Line Manager, e, per approvazione, al tuo Business Integrity Officer

- Seguire la stessa procedura se sono interessati a ricoprire, a titolo personale, la direzione (o altra carica equivalente) di un'altra azienda, di tipo commerciale o no profit, compresi i ruoli nelle associazioni di categoria e negli enti pubblici. Questo obbligo si estende ai neoassunti che detengono incarichi dirigenziali senza averli comunicati durante la procedura di assunzione

La procedura di Dichiarazione sul Conflitto di Interessi non va azionata per i ruoli di autorità scolastiche, le posizioni direttive di gruppi sportivi dilettantistici o ricreativi e gli amministratori dei condomini in cui vive un dipendente.

- Ottenere l'approvazione scritta del General Counsel e del Business Integrity Officer prima di assumere il ruolo di direttore presso qualsiasi società quotata in borsa
- Garantire che gli impegni esterni non:
 - Influenzino il loro impegno e il loro contributo nei confronti di Unilever
 - Diano accesso a informazioni commerciali sensibili riguardanti concorrenti effettivi o potenziali di Unilever (consultare le Policies del Codice in materia di [Concorrenza leale](#) e [Informazioni sui concorrenti](#); e/o

- Creino qualsiasi responsabilità per Unilever. Il dipendente deve informare l'altra azienda che sta assumendo tale posizione su base personale, senza alcuna responsabilità nei confronti di Unilever e che eventuali compensi o benefici derivanti dalla sua assunzione non verranno trasferiti a Unilever

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Accettare nomine, discutere, votare o partecipare a qualsiasi attività o processo decisionale qualora esista o potrebbe nascere un conflitto d'interesse prima che il Business Integrity Officer abbia fornito l'autorizzazione
- Inviare o trasferire a terzi eventuali informazioni commerciali che emergano nel corso dello svolgimento del loro lavoro presso Unilever e che potrebbero essere di interesse per Unilever
- Sfruttare la loro posizione presso Unilever per promuovere i loro interessi personali
- Stipulare contratti con persone o aziende senza assicurarsi che non vi siano conflitti d'interesse nei confronti di Unilever

Assumere o mantenere la carica di pubblico ufficiale a meno che non abbiano ricevuto l'approvazione scritta dal proprio diretto responsabile e dal Business Integrity Officer.

Anticorruzione



Per sostenere gli sforzi globali volti a contrastare la corruzione, la maggior parte dei Paesi ha promulgato leggi che proibiscono le pratiche di corruzione: molte di queste leggi hanno una portata internazionale andando a colpire comportamenti che vanno oltre i propri confini. Una violazione di queste leggi può comportare conseguenze legali e finanziarie per Unilever e per i singoli individui. Trattare con i pubblici ufficiali può essere una condotta particolarmente rischiosa: anche il solo sospetto di condotte illegali può creare un significativo danno per la reputazione di Unilever.

L'obiettivo di Unilever di condurre il proprio business con integrità richiede il costante rispetto di elevati standard globali: il nostro approccio "zero tolleranza" nei confronti della corruzione si applica a tutte le attività di Unilever indipendentemente dalle pratiche commerciali locali, e proibisce la corruzione diretta e indiretta (ad es. nei confronti di o da parte di terzi).

La presente Policy disciplina tutto ciò che i dipendenti devono e non devono fare per soddisfare i requisiti richiesti da Unilever.

Cosa fare

I dipendenti devono:

- Essere sempre chiari, sia nei rapporti interni che con soggetti terzi, sul fatto che Unilever non tollera in alcun modo la corruzione e non offre, corrisponde, richiede o accetta (direttamente e indirettamente) alcun pagamento, regali o favori che possano impropriamente influenzare le decisioni di business
- Informare tempestivamente il Business Integrity Officer e il General Counsel qualora s venga a conoscenza di pagamenti potenziali o effettivi o di altre transazioni che potrebbero costituire un violazione della presente Policy
- Effettuare i controlli necessary al fine di garantire la conformità delle terze parti che collaborano con Unilever, secondo quanto disposto nella Policy in materia di [Approvvigionamento e partner commerciali responsabili](#)
- Utilizzare transazioni e comunicazioni elettroniche o piattaforme ufficiali delle autorità pubbliche (in settori quali la concessione di licenze, appalti, tasse, protezione del brand, ecc.) o qualsiasi altro mezzo disponibile per ridurre le interazioni personali con i funzionari pubblici e i rischi connessi di istigazione alla corruzione

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**, direttamente o indirettamente (ad esempio tramite fornitori, agenti, distributori, consulenti, legali, intermediari o qualsiasi altro soggetto):

- Offrire o concedere a qualsiasi funzionario pubblico, o terze parti, tangenti o altri [vantaggi impropri](#) (incluse le [facilitazioni nei pagamenti](#)) che siano, o diano l'impressione di essere, intesi a influenzare eventuali decisioni su Unilever
- Richiedere o ricevere da parte di terzi tangenti o altri vantaggi impropri, che siano, o diano l'impressione di essere, intesi a influenzare le decisioni di Unilever nei confronti di quell soggetto

In situazioni eccezionali in cui i dipendenti non possano sfuggire a una minaccia imminente alla loro vita o libertà, o a lesioni fisiche, senza soddisfare una richiesta di pagamento, in simili circostanze il pagamento potrà essere effettuato, ma i dipendenti coinvolti dovranno immediatamente comunicare tutti i dettagli della vicenda al Business Integrity Officer e al General Counsel del paese in cui si è verificato l'evento. Tale processo è volto a garantire che il caso possa essere oggetto di indagini approfondite e che possano essere conservati i dati relative alle operazioni finanziarie eseguite, adottando tutte le opportune cautele e misure necessarie (per maggiori informazioni consultare la Policy in materia di [Registrazioni accurate, rendicontazione e contabilità](#))

Regali e forme di intrattenimento (1 di 2)

Tutte le relazioni di Unilever devono riflettere il suo costante impegno di condurre il business con integrità.

L'ospitalità può svolgere un ruolo positivo nella creazione di relazioni con clienti, fornitori e altri soggetti terzi. In quest'ottica, talvolta può essere opportuno offrire regali appropriati, ad esempio nell'ambito di eventi promozionali o lanci di nuovi prodotti. Tuttavia, poiché l'accettazione o la ricezione di regali e forme di ospitalità può indurre all'abuso o generare conflitti d'interesse reali o ipotetici, ciò dovrebbe avvenire con moderazione e sempre in modo legittimo e proporzionato al contesto delle attività di business di Unilever.

La presente definisce le responsabilità dei dipendenti in relazione a regali e forme di intrattenimento. Chiarisce quali forme di regali e forme di intrattenimento sono sempre proibite. Spiega inoltre in quali circostanze possono essere offerti o ricevuti regali o forme di intrattenimento in modo legittimo.

Cosa fare

I dipendenti devono:

- Applicare la presente Policy in buona fede, al fine di garantire che i regali e le forme di intrattenimento non siano mai considerati eccessivi, o tali da costituire vantaggi impropri e non creino un conflitto d'interesse reale o percepito (per maggiori informazioni consultare la Policy in materia di [Anticorruzione](#) e [Evitare i conflitti d'interesse](#))
- Conoscere e rispettare i limiti monetari locali stabiliti da Unilever appositamente per i regali e le forme di intrattenimento, a meno che non si riceva una autorizzazione in via eccezionale, secondo quanto previsto dalla presente Policy



Regali e forme di intrattenimento (2 di 2)

Cosa fare

Regali

I dipendenti **devono**:

- Assicurarsi che qualsiasi regalo offerto (diverso dai prodotti a marchio Unilever) o ricevuto non superi i limiti monetari locali, sia che si tratti di “una tantum” o di una prestazione in via eccezionale e sia sempre conform alla Policy del Codice in materia di [Evitare i conflitti d'interesse](#). Nonostante i dipendenti non abbiano l'obbligo di registrare centralmente i regali ricevuti, essi sono tenuti a tenerne traccia, in caso di ispezioni. Tutte le eccezioni richiedono un'autorizzazione preventiva da parte del Business Integrity Officer
- Nel caso in cui ai dipendenti vengano offerti regali che eccedano i limiti di valore fissati a livello locale, essi devono gentilmente declinare l'offerta e spiegare le regole di Unilever. In situazioni eccezionali, in cui alcuni regali devono essere accettati per evitare pericoli alla propria incolumità o in particolari circostanze che non permettono la restituzione, i dipendenti di Unilever devono:
 - Ottenere l'autorizzazione del Business Integrity Officer; e
 - Ove necessario, attivarsi per donare il regalo ad enti di beneficenza.

- Tutti i regali da parte dei dipendenti che consistono in materiale brandizzato di merchandising Unilever devono essere legittimi e proporzionati allo scopo.

Intrattenimento

I dipendenti **devono**:

- Assicurarsi che l'intrattenimento sia offerta o accettata solo se:
 - Esiste un legittimo interesse di business a farlo;
 - Il relativo valore non supera i limiti monetari locali stabiliti per l'intrattenimento; e
 - Rimane un evento “una tantum” o di natura eccezionale;
 - Avviene sotto forma di un pranzo o una cena presso una struttura locale, di una partecipazione a un'attività organizzata di “team-building”, di un evento culturale o sportivo locale, di una cerimonia locale di premiazione industriale, di una visita presso la sede aziendale o di attività simili;
 - Contatti usuali di business tra Unilever e terze parti sono effettivamente presenti;

I dipendenti non sono tenuti a registrare centralmente gli atti di intrattenimento nell'ambito dei loro limiti di valore, ma devono comunque tenerne traccia in caso di ispezioni ed assicurarsi che le spese di ospitalità sostenute da o per conto di Unilever siano approvate nel rispetto degli standard locali relativi ai processi di spesa ed ai sistemi di approvazione.

In circostanze eccezionali in cui i dipendenti tentino di offrire o accettare forme di ospitalità al di sopra degli specifici limiti monetari locali, **devono**:

- Verificare che il loro Line Manager supporti la proposta
- Ottenere l'autorizzazione dal Business Integrity Officer; e
- Completare ed inviare la Dichiarazione sul Gift & Hospitality tramite il nostro tool on line Convercent, inserendo le proprie credenziali. La dichiarazione sarà automaticamente inviata per informazione al tuo Line Manager, e, per approvazione, al tuo Business Integrity Officer
- Una volta ricevuta l'approvazione, chiedere alla parte terza di confermare che l'offerta o l'accettazione di tale forma di ospitalità sia conforme anche alla sua policy equivalente in materia di regali e forme di intrattenimento

In altre circostanze in cui ai dipendenti vengano offerti o richiesti servizi di ospitalità superiori ai limiti monetari locali pertinenti, devono rifiutare gentilmente facendo riferimento alla presente Policy del Codice.

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Discutere, offrire o ricevere alcun regalo o forme di intrattenimento che coinvolgano pubblici ufficiali o membri della loro famiglia, senza la preventiva autorizzazione del Business Integrity Officer
- Offrire o accettare regali, intrattenimento o qualsiasi altro favore finalizzato o potenzialmente in grado di influenzare le decisioni di business o di creare obblighi di controprestazioni;
- Offrire o accettare regali in denaro contante o equivalenti in denaro, quali biglietti della lotteria, buoni regalo, voucher, prestiti, garanzie o qualsiasi alter concessioni di crediti, azioni o opzioni;
- Offrire o accettare qualsiasi tipo di ospitalità che comporti pernottamenti o viaggi all'estero senza la preventiva autorizzazione scritta da parte del Business Integrity Officer;
- Offrire o accettare qualsiasi forma di ospitalità che non sia coerente con la nostra Policy del Codice in materia di [Rispetto, dignità e trattamento equo](#) o che possa costituire offesa ai sensi delle normative o degli usi locali;

Tutte le autorizzazioni del Business Integrity Officer a cui si fa riferimento nella presente Policy del Codice devono essere ottenute seguendo la procedura, [qui disponibile](#), di Dichiarazione in merito a regali e ospitalità

Precisione delle registrazioni contabili reporting e accounting

I bilanci e le altre informazioni che Unilever gestisce internamente e le informazioni finanziarie che fornisce ad azionisti, autorità di regolamentazione e altri interlocutori devono essere accurati e completi.

I nostri archivi forniscono informazioni preziose per l'azienda e danno evidenza delle nostre azioni, decisioni e obblighi. Devono essere adottate procedure e processi atti a garantire che le transazioni sottostanti siano debitamente autorizzate e registrate con precisione.

Non registrare le transazioni in modo accurato, falsificare o creare informazioni fuorvianti, ovvero influenzare altri a farlo, potrebbe costituire una frode e comportare sanzioni civili e penali per Unilever e I propri dipendenti.

La presente Policy del Codice definisce come devono agire i dipendenti per garantire l'accuratezza nell'archiviazione delle nostre informazioni finanziarie.

Cosa fare

I dipendenti devono:

- Registrare tutte le transazioni, in modo accurato, completo e tempestivo
- Eseguire esclusivamente transazioni quali l'acquisto, la vendita o il trasferimento di beni/merci, per le quali sono stati autorizzati
- Garantire che le transazioni da loro approvate siano legittime e basate su documentazione valida
- Informare il Business Integrity Officer e il responsabile del reparto Finance in caso di eventuali frodi, accordi per agevolare evasioni fiscali, o dichiarazioni errate sulle informazioni contabili o di altro tipo, o se è stata effettuata una "agevolazione di pagamento" per evitare un pericolo fisico o a causa di un errore di valutazione.
- Conservare i dati secondo lo Standard di conservazione dei dati di Unilever, o più a lungo se richiesto dalle leggi/normative locali
- Se richiesto, conservare i documenti che possono essere soggetti a controlli per audit, controversie legali o indagini in corso, anche oltre il normale periodo di conservazione

- Collaborare pienamente, in modo aperto e onesto con gli auditor interni/esterni, le autorità fiscali e le altre autorità di regolamentazione
- Assicurarli di essere a conoscenza di tutte le informazioni relative al proprio lavoro

I dipendenti responsabili financial reporting o di altre informazioni di business **devono:**

- Rispettare tutte le leggi applicabili, ad esempio in merito ai bilanci di esercizio, ai requisiti fiscali e ambientali
- Implementare tutte le normative e gli standard esterni di rendicontazione applicabili, come I principi contabili internazionali e nazionali, norme e regole per le quotazioni in borsa, norme delle autorità di regolamentazione finanziaria, requisiti in materia di salute e sicurezza, codici di corporate governance e standard regolamentari
- Rispettare l'Unilever's Accounting Manual, le istruzioni e le tempistiche di rendicontazione, gli standard e le definizioni delle informazioni ivi contenute

I dipendenti che si occupano di contabilità **devono:**

- Assicurarli che vendite, profitti/attività e passività siano registrati nel periodo corretto

- Documentare correttamente i presupposti alla base dei registri contabili, in particolare quelli relativi ad accantonamenti, registrazioni contabili e sopravvenienze passive, comprese le imposte

I Responsabili/GM di Paese, i Direttori Finanziari e i Controller devono completare le dichiarazioni trimestrali e annuali di rendicontazione finanziaria in conformità con le disposizioni fornite dal Financial Group di Unilever.

Cosa non fare

I dipendenti non devono:

- Agire in modo da gonfiare artificialmente o trasferire le vendite o i profitti da un periodo contabile ad un altro
- Creare, mantenere o far sì che altri producano o mantengano conti, fondi o risorse non divulgati o non registrati
- Nascondere, alterare o falsificare i registri, i conti e i documenti societari

Protezione di beni materiali, risorse finanziarie e proprietà intellettuale di Unilever



I dipendenti hanno la responsabilità di garantire la protezione delle risorse di Unilever.

Per informazioni sulla protezione di diversi altri tipi di risorse, consultare le Policy del Codice in materia di [Salute e sicurezza sul lavoro](#) e [Protezione delle informazioni di Unilever](#)

La presente Policy del Codice si occupa della protezione di beni materiali e finanziari e della proprietà intellettuale di Unilever.

Cosa fare

Beni materiali/Diritti di Proprietà

I [dipendenti](#) devono:

- Assicurarsi che tutti i beni materiali e le proprietà di Unilever con cui entrano in contatto nello svolgimento dell'attività lavorativa, non siano danneggiati, utilizzati in maniera impropria o sprecati. I beni materiali e le proprietà includono attrezzature di fabbrica e di laboratorio, prodotti o ingredienti di Unilever, edifici, computer e auto aziendali

Il responsabile di ogni sede Unilever deve:

- Identificare i pericoli potenziali derivanti dalle attività e dai servizi svolti in loco
- Valutare il rischio di danni ai/beni/proprietà connessi a tali pericoli o a potenziali interruzioni delle attività di business ovvero le responsabilità che possano derivarne
- Applicare misure idonee a ridurre i rischi identificati ad un livello accettabile

Beni finanziari

I dipendenti **devono**:

- Proteggere le risorse finanziarie di Unilever, quali ad esempio denaro contante, conti bancari e carte di credito, prevenendo qualsiasi uso improprio, la perdita, la frode o il furto
- Autorizzare esclusivamente attività, spese, prestiti o altre operazioni finanziarie in linea con il proprio ruolo/ livello gerarchico specificato a livello locale, regionale e/o globale nei documenti finanziari di autorizzazione (authority schedules)
- Garantire che la copertura dei contratti o le operazioni di transazione soddisfino gli Unilever Standards

Proprietà Intellettuale

I dipendenti **devono**:

- Segnalare all'Ufficio Legale qualsiasi sospetto di contraffazione di prodotti o qualsiasi prodotto, confezione, comunicazione o pratica di marketing che violino i nostri diritti d'autore, marchi registrati, brevetti, diritti di progettazione, nomi di dominio e/o altri diritti di proprietà intellettuale

- Assicurarsi che siano stati effettuati tutti i controlli e le registrazioni necessari in relazione a brevetti, disegni e marchi registrati o altri diritti di proprietà intellettuale, durante la ricerca, lo sviluppo o la preparazione al lancio di nuovi brand, brand secondari, innovazioni, disegni, invenzioni, comunicazioni, pubblicità e materiali promozionali
- Garantire che venga stipulato un contratto con clausole appropriate per proteggere i diritti di proprietà intellettuale di Unilever e garantire la libertà di utilizzare i risultati quando si intraprendono lavori di collaborazione con terze parti

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Rimuovere i beni materiali o le proprietà di Unilever dagli edifici aziendali senza permesso oppure utilizzarli per scopi inappropriati
- Violare consapevolmente i brevetti, i diritti di progettazione, i marchi registrati, i diritti d'autore e gli altri diritti di proprietà intellettuale di terzi

Antiriciclaggio e sanzioni economiche

Per proteggere la reputazione di Unilever ed evitare responsabilità penali, è importante non essere coinvolti, seppur in buona fede, in attività criminali di terzi. In particolare, i dipendenti devono garantire che Unilever rispetti le leggi e i regolamenti sulle sanzioni economiche e non riceva i proventi di attività criminali, circostanza assimilabile al reato di riciclaggio.

La presente Policy del Codice individua i comportamenti che i dipendenti devono adottare per evitare di violare le norme sulle sanzioni economiche e per evitare di essere coinvolti nel reato di riciclaggio.

Cosa fare

I dipendenti devono:

- Rispettare la Policy Approvvigionamento e partner commerciali responsabili, il Global Economic Sanctions Global Standard, e qualsiasi procedura locale contro il riciclaggio di denaro o i procedimenti sanzionatori, quando interagiscono, sottoscrivono un contratto o monitorano le terze parti.
- Informare immediatamente il General Counsel se sospettano attività di riciclaggio di denaro, siano esse reali o potenziali o relativamente a transazioni con paesi o terze parti sottoposti a sanzioni.
- Ottenere l'autorizzazione preventiva dal proprio Geography Head, in accordo con i propri senior Legal e Finance business partners prima di autorizzare uno dei seguenti eventi:

Riceista di una terza parte di:

- Effettuare pagamenti su conti bancari intestati a terze parti o su conti bancari situati al di fuori del paese in cui essi operano;
- Ricevere pagamenti in una forma diversa da quella prevista dalle condizioni commerciali;
- Suddividere i pagamenti su diversi conti correnti bancari;
- Pagare più del dovuto

Pagamenti delle terze parti ad Unilever:

- Da diversi conti bancari,
- Da conti bancari provenienti da paesi diversi da quello in cui il terzo è residente,
- Effettuati in contanti quando normalmente avvengono tramite assegno o per via elettronica,
- Ricevuti da altre terze parti, che non sono state selezionate e/o che non sono parte del contratto,
- Effettuati in anticipo quando ciò non è previsto dalle normali condizioni commerciali

I dipendenti che si occupano di stipulare contratti con terze parti, quali nuovi fornitori, clienti e distributori **devono:**

- Garantire che le terze parti in oggetto siano assoggettate agli opportuni controlli per valutarne l'identità e i requisiti di onorabilità, prima della firma dei contratti o della conclusione delle negoziazioni. Vari fattori andranno a determinare l'appropriata forma e livello del controllo;
- Determinare, con il supporto del Business Integrity Officer, quali strumenti e processi debbano essere utilizzati per facilitare l'espletamento delle attività appropriate di controllo e registrazione degli stessi (per maggiori informazioni consultare la Policy in materia di [Approvvigionamento e partner commerciali responsabili](#));

- Considerare attentamente, se necessario con il coinvolgimento del Business Integrity Officer o del General Counsel, i risultati dei controlli, prima di decidere impegnarsi con la terza parte;

I responsabili finanziari che supportano la gestione della Supply Chain e Customer Development devono monitorare e/o rivedere regolarmente fornitori, clienti e altri fornitori terzi di servizi per identificare attività o governance aziendali che potrebbero indicare che potrebbero indicare la presenza di attività di riciclaggio.

Cosa non fare

I dipendenti non devono:

- Dare per scontato che sia già stato effettuato un controllo adeguato sulla parte terza: il mancato controllo o il mancato monitoraggio periodico può mettere a rischio Unilever e i propri dipendenti
- Informare una terza parte sospettata di riciclaggio di denaro, che è oggetto di un'indagine interna o esterna. I dipendenti devono chiedere indicazioni al proprio General Counsel del Cluster su come gestire la vicenda con la terza parte.



Il rispetto delle persone

Le persone devono essere trattate con dignità, onestà e correttezza. Unilever e i suoi dipendenti credono nella diversità delle persone e le rispettano per ciò che sono e per quello che apportano al business. Unilever promuove un ambiente di lavoro equo e sicuro, dove i diritti sono tutelati e dove ognuno può esprimere al massimo il proprio potenziale.



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Salute e sicurezza sul lavoro

Unilever si impegna a garantire condizioni di lavoro sane e sicure. Unilever rispetta tutte le normative e i regolamenti applicabili e punta a migliorare continuamente le performance legate a salute e sicurezza.

Tutti quanti in Unilever abbiamo un ruolo al riguardo. Manager sono responsabili per la salute e la sicurezza delle loro risorse e delle terze parti con cui collaborano. Come condizione alla base della nostra attività, tutti abbiamo il dovere di lavorare in sicurezza.

La presente Policy del Codice delinea le nostre responsabilità individuali e collettive in materia di salute e sicurezza.

Cosa fare

I **dipendenti** devono:

- Lavorare e comportarsi in modo sicuro
- Rispettare le istruzioni e le procedure in materia di salute e sicurezza relative al proprio lavoro e/o per le quali hanno ricevuto una formazione o una comunicazione specifica

- Contribuire a garantire che tutte le persone con cui si lavora, compresi fornitori e visitatori, conoscano, comprendano e seguano le procedure e le istruzioni applicabili in materia di salute e sicurezza
- Intraprendere soltanto lavori per i quali abbiano ricevuto una formazione, per i quali si risulti competenti, fisicamente idonei, sufficientemente riposati e vigili
- Accertarsi di sapere come procedere nel caso in cui si verifichi un'emergenza nel luogo di lavoro/per strada o in un luogo dove ci si reca in visita
- Segnalare prontamente al management locale di Unilever eventuali incidenti reali o pericoli di di incidenti o lesioni, malattie, condizioni non sicure o malsane, infortuni, fuoriuscite o rilascio di materiale nell'ambiente, in modo da poter applicare misure atte a gestire, correggere, prevenire o controllare tempestivamente tali condizioni

Tutti i **team leader di Unilever** hanno la responsabilità operativa globale per la salute e la sicurezza della loro sede e **devono:**

- Istituire e mantenere un adeguato sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro per le sedi e i team, che comprenda la nomina di comitati, responsabili, esperti competenti e un sistema per raccogliere le segnalazioni e i contributi dei dipendenti

- Individuare i pericoli per la salute e la sicurezza, e gestire/controllare i rischi derivanti da attività ordinarie, operazioni programmate, attività e servizi della sede e del team
- Rivedere regolarmente e rispettare tutte le normative locali applicabili in materia di salute e sicurezza, inclusi i requirement obbligatori per Unilever
- Sviluppare obiettivi di miglioramento della salute e della sicurezza specifici per la sede e monitorare le prestazioni, compresa una revisione annuale dell'efficacia e dell'adeguatezza del sistema di gestione
- Comunicare i KPI (Key Performance Indicator) obbligatori tramite il sistema di reporting di Unilever, Safety, Health and Environment (SHE)
- Segnalare tutti gli incidenti, compresi i mancati incidenti, in linea con lo Serious SHE Occurrences Standard, includendo indagini approfondite, il follow-up e la comunicazione di ciò che si è appreso
- Mantenere, comunicare e testare piani di emergenza per il sito
- Garantire che tutti i dipendenti, i fornitori e i visitatori ricevano la formazione e le informazioni relative a salute e sicurezza, pertinenti alle proprie funzioni e mansioni

Questa Policy del Codice è condivisa a livello globale attraverso i membri del nostro team SHE locale che lavorano a stretto contatto con i loro leadership team locali. Nei Paesi in cui i directors hanno la responsabilità legale delle questioni di salute e sicurezza per tutti i siti nazionali al fine di soddisfare i requisiti di legge, i leader dei siti Unilever devono relazionarsi con loro e il Board aziendale per concordare il sistema di gestione di igiene e sicurezza sul lavoro e l'approccio richiesto per un'adeguata revisione continua.

Cosa non fare

I dipendenti **non devono:**

- Svolgere un lavoro o un'attività collegata, ad esempio guidare un'automobile, quando si è sotto l'effetto di alcool o droghe, o quando sono stati assunti farmaci in maniera impropria.
- Portare avanti attività che sono poco sicure o pericolose.
- Dare per scontato che qualcun altro segnalerà un rischio o una preoccupazione.

Rispetto, dignità e trattamento equo (1 di 2)

Il business può prosperare solo nelle società che rispettino, sostengano e promuovano i diritti umani. Unilever riconosce che ogni impresa ha la responsabilità di rispettare i diritti umani e la capacità di contribuire a un impatto positivo sugli stessi.

Esiste sia un principio morale che di business per garantire che i diritti umani siano rispettati in tutta la catena operativa e del valore di Unilever. Unilever si impegna a garantire che tutti i dipendenti lavorino in un ambiente che promuova la diversità, caratterizzato da fiducia reciproca, rispetto dei diritti umani e pari opportunità, e assenza di discriminazioni o vittimizzazioni.

La presente Policy del Codice definisce le azioni che i dipendenti devono eseguire per garantire che tutti gli ambienti di lavoro mantengano tale approccio.

Cosa fare

I dipendenti devono:

- Rispettare la dignità e i diritti umani dei colleghi e di chiunque entri in contatto con loro nel contest lavorativo
- Trattare ogni persona in maniera equa e paritaria, senza discriminazione per motivi basati su razza, età, ruolo, genere, identità di genere, colore, religione, paese di origine, orientamento sessuale, stato civile, familiari a carico, disabilità, classe sociale o opinioni politiche. Ciò vale per le decisioni relative ad assunzioni, licenziamenti, promozioni, bonus e incentivi, formazione o pensionamento, che dovranno essere basate sul merito

I Line Manager devono:

- Garantire che il lavoro di tutti i dipendenti venga svolto sulla base di condizioni di lavoro liberamente concordate e documentate, chiaramente comprese e messe a disposizione dei dipendenti e di coloro che lavorano per Unilever
- Garantire che tutti i dipendenti siano stati assunti da Unilever senza aver pagato una "quota per l'assunzione" o un costo correlato, secondo quanto previsto dalle normative di settore nazionali e internazionali



Rispetto, dignità e trattamento equo (2 di 2)

Cosa fare

- Garantire a tutti i dipendenti ricevano salari e pacchetti retributive equi, o superiori agli standard minimi di legge o agli standard prevalenti di settore, e che siano applicati e rispettate le condizioni remunerative stabilite dai contratti collettivi giuridicamente vincolanti. Ad eccezione delle detrazioni legali obbligatorie, tutte le altre detrazioni dai salari necessitano del consenso espresso e scritto del dipendente
- Rispettare i diritti dei lavoratori di formare e aderire ad un sindacato legalmente riconosciuto di loro scelta o a qualsiasi altro ente che rappresenti i loro interessi collettivi, e stabilire un dialogo costruttivo e negoziare in buona fede con i sindacati o gli organismi rappresentativi le condizioni di lavoro, le relazioni sindacali e questioni di reciproco interesse, nella misura praticabile tenendo conto delle leggi nazionali
- Rispettare i requisiti di legge locali in relazione ai dipendenti a tempo determinato, occasionali o interinali

- Mantenere un sistema chiaro e trasparente di comunicazione tra dipendenti e management, che consenta ai dipendenti di consultarsi e dialogare efficacemente con il management
- Garantire ai dipendenti procedure trasparenti, eque e confidenziali per effettuare segnalazioni. Le procedure devono consentire ai dipendenti di discutere le situazioni in cui ritengano di essere stati discriminati o trattati ingiustamente o senza rispetto o dignità con il proprio Line Manager o con un Line Manager diverso dal proprio, senza timore di ritorsioni

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Assumere comportamenti diretti che risultino offensivi, intimidatori, dannosi o ingiuriosi. È inclusa qualsiasi forma di molestia sessuale o di bullismo, o di altro tipo, sia individuale che collettiva, motivata da razza, età, ruolo, genere, identità di genere, colore, religione, paese di origine, orientamento sessuale, stato civile, familiari a carico, disabilità, classe sociale o opinioni politiche
- Assumere comportamenti indiretti che possano essere interpretati come molestie, anche sessuali, o atti di bullismo, come ad esempio insulti o battute sessualmente esplicite o offensive, mostrare, inviare e-mail, inviare messaggi di testo o distribuire in qualsiasi modo materiale offensivo o di natura sessualmente esplicita, utilizzare in modo improprio le informazioni personali, creare un ambiente ostile o intimidatorio, isolare o non collaborare con un collega, o diffondere maldicenze o notizie offensive
- Lavorare oltre il normale orario di lavoro consentito secondo le leggi del paese in cui sono impiegati. Qualsiasi lavoro straordinario è di tipo volontario

I Line Manager **non devono**:

- Usare o consentire l'utilizzo di lavoro forzato, coatto o fornito da manodopera oggetto di tratta. Unilever non ha alcuna tolleranza per il lavoro forzato
- Ricorrere a manodopera infantile, ossia minori di 15 anni o di età inferiore al livello più alto tra età lavorativa minima ed età scolare obbligatoria in base alle leggi locali
- Nel caso in cui vengano impiegati giovani (come nei piani di apprendistato a breve termine e lavori che siano parte di programmi educativi) non bisogna mettere loro in condizione di fare un lavoro che fisicamente o psicologicamente possa in qualche modo incidere o interferire con la scolarizzazione o con la loro opportunità di seguire e continuare gli studi

Tutela delle informazioni

Le informazioni sono fondamentali per il nostro successo: alimentano la ricerca, ci consentono di restare aggiornati sulle necessità dei consumatori e ci aiutano a collaborare con maggiore efficacia. In caso di uso improprio, le informazioni possono arrecare gravi danni alle nostre attività.



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Tutela delle informazioni di Unilever

Le informazioni sono uno degli asset aziendali più preziosi di Unilever: Unilever si impegna a tutelare e proteggere le nostre informazioni e tutte le altre informazioni che ci sono state affidate.

Le informazioni all'interno di Unilever sono registrate in diversi formati, tra cui quello cartaceo, elettronico, in documenti o in applicazioni e sistemi informatici. I nostri obblighi di protezione delle informazioni si applicano a tutti i formati. Unilever applica gli Standard di classificazione e gestione delle informazioni che definiscono le modalità di classificazione, gestione e protezione delle informazioni a livello aziendale.

Cosa fare

I **dipendenti** in possesso delle informazioni **devono**:

- Comprendere la natura e la classificazione delle informazioni, secondo quanto definito nello Standard di classificazione delle informazioni; comprendere e rispettare i requisiti sulla gestione definiti nello Standard di gestione delle informazioni e assumersi la responsabilità personale per il corretto utilizzo, diffusione, conservazione, protezione e cancellazione delle informazioni di Unilever

- Distribuire o condividere le informazioni di Unilever solo se strettamente necessario", assicurandosi che abbiano accesso alle informazioni solo i dipendenti o altri soggetti che lavorino per Unilever o terzi autorizzati che abbiano una legittima motivazione di business
- Non divulgare le informazioni in luoghi pubblici, adottando tutte le misure necessarie a proteggere le informazioni contenute nei documenti e nei dispositivi informatici nel caso in cui si operi al di fuori del posto di lavoro
- Rispettare le disposizioni sull'uso corretto dei sistemi informatici di Unilever e condividere le informazioni di Unilever utilizzando unicamente i sistemi informatici approvati da Unilever, in conformità alla Policy del Codice in materia di [Utilizzo dei sistemi informatici](#)
- Segnalare qualsiasi evento che si teme possa avere un impatto sulla sicurezza delle informazioni di Unilever, seguendo la procedura di segnalazione Cyber Security. A titolo esemplificativo, condividere informazioni con soggetti non autorizzati; ricevere o rispondere ad e-mail sospette, messaggi di testo, telefonate, messaggi istantanei, Multi Factor Authenticator o qualsiasi altro evento rilevante in tal senso.

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Divulgare le informazioni di Unilever all'esterno o a terzi, se non nei casi consentiti con quanto prevede lo standard di Unilever sulla classificazione delle informazioni
- Utilizzare le informazioni di Unilever per qualsiasi altro motivo diverso da un obiettivo di business legittimo o dalle disposizioni normative
- I dati personali relativi ai dipendenti, ai consumatori e ad altri soggetti sono protetti da leggi e regolamenti specifici nella maggior parte dei Paesi e richiedono un trattamento particolare. Ulteriori informazioni relative ai requisiti di classificazione e protezione dei dati personali e sensibili si trovano nella Policy del Codice in materia di [Dati personali e privacy](#)
- In caso di dubbi relativi alla gestione delle informazioni Unilever di qualunque tipo, riservate o confidenziali, i dipendenti devono rivolgersi al proprio Line Manager, al Business Information Security Officer e/o al Legal Business Partner



Prevenire l'insider trading

I dipendenti non devono utilizzare informazioni interne per acquistare o vendere titoli di Unilever PLC o di una controllata quotata di Unilever o di qualsiasi altra società quotata in borsa. I titoli includono azioni, azioni ordinarie e derivati correlati o scommesse sul differenziale.

La Disclosure Committee di Unilever, per conto del Board, garantisce che Unilever disponga delle procedure necessarie per garantire il rispetto delle leggi e delle normative in vigore in materia di insider trading (per maggiori informazioni consultare i Manuali di Unilever Share Dealing Standard e Disclosure).

La presente Policy del Codice spiega le caratteristiche dell'insider trading, come possano fare i dipendenti per essere certi di evitarlo e cosa fare se ci si rende conto che le informazioni interne vengono utilizzate in modo improprio.

Negoziare titoli o incoraggiare altri a farlo in base a informazioni interne o fornire queste ultime a parti non autorizzate, è un reato penale in molti paesi: la violazione delle leggi applicabili può comportare multe e/o l'arresto. Per informazioni interne (o "price sensitive"), si intendono quelle informazioni non disponibili al pubblico che un investitore ragionevole considererebbe probabilmente importanti nel decidere se acquistare o vendere le azioni di una società. Alcuni esempi di informazioni interne comprendono:

- Risultati o previsioni commerciali per l'intera azienda o per una delle sue controllate quotate in borsa;
- Un nuovo lancio di un prodotto significativo un claim di un prodotto o un incidente/questione riguardante un prodotto;
- Acquisizioni, fusioni o cession;
- Progetti di ristrutturazione di entità rilevante;
- Importanti sviluppi in controversie o trattative con autorità di regolamentazione o governi;
- Revisioni della politica sui dividend
- Modifiche nelle figure apicali dell'azienda

Gli Insiders di Unilever

Unilever possiede un elenco di Insiders contenente i nomi di tutti i dipendenti e dei consulenti esterni muniti di accesso autorizzato alle informazioni interne di Unilever (a ciascuno verrà notificato dal Dipartimento di Corporate Secretaries se si è in possesso dello status di Insiders di Unilever).

Oltre gli obblighi generali di cui sopra, chi figura nell'elenco degli Insiders deve anche attenersi ai regolamenti Unilever [Share Dealing Standard](#) e [Disclosure](#)

Cosa fare

I [dipendenti](#) devono:

- Per capire se una informazione è di tipo interno o meno, i dipendenti devono consultare i Manuali Share Dealing Standard e Disclosure di Unilever o contattare il Corporate Secretaries Department dell'Ufficio Legale.
- Se i dipendenti sospettano o sanno che una informazione interna non viene gestita come tale, devono immediatamente informare un membro del Disclosure Committee (i nomi dei membri del Committee sono a disposizione del Corporate Secretaries Department)

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Acquistare o vendere titoli di qualsiasi società quotata, qualora siano in possesso di informazioni interne relative a tali titoli, anche se ritengono di non tenerne conto. Ciò vale anche in caso di compravendita in periodi caratterizzati da voci di mercato che essi sanno essere false;
- Incoraggiare chiunque ad acquistare o vendere titoli di qualsiasi società quotata se si è in possesso di informazioni interne relative a tali titoli, anche se non si tragga profitto dall'operazione
- Riferire informazioni interne di Unilever a chiunque dentro Unilever (a meno che il destinatario sia sull'elenco Insider List di Unilever) o al di fuori di Unilever, compresi amici o familiari (per maggiori dettagli vedere la Policy del Codice "[Tutela delle informazioni di Unilever](#)");
- Diffondere false informazioni o porre in essere altre attività volte a manipolare il prezzo dei titoli quotati in borsa

Informazioni sui concorrenti



Per promuovere la concorrenza leale, Unilever raccoglie e utilizza informazioni sui concorrenti che sono di pubblico dominio, ad esempio provenienti da giornali, Internet e comunicazioni aziendali. Ciò fornisce a Unilever preziose informazioni, aiutandoci a raggiungere il nostro obiettivo di diffondere uno stile di vita sostenibile, e realizzare la nostra visione secondo cui essere un'azienda guidata da uno scopo ed orientata al futuro fornirà prestazioni superiori.

La presente Policy del Codice delinea ciò che devono fare i dipendenti e gli altri collaboratori di Unilever per ottenere e utilizzare legittimamente le informazioni sui concorrenti e, al contempo, rispettare la riservatezza delle informazioni.

Unilever rispetta le informazioni riservate di terzi, tra cui concorrenti, fornitori e clienti. Per "informazioni riservate" si intendono informazioni relative ad un'altra azienda che non siano di pubblico dominio, che abbiano un certo valore e che potrebbero essere utilizzate per ottenere un vantaggio commerciale. Accettare o utilizzare le informazioni riservate sui concorrenti rischia di essere una grave violazione delle leggi sulla concorrenza e/o delle leggi sui segreti aziendali/sulla proprietà intellettuale, con conseguenti sanzioni significative per Unilever e i singoli individui.

Le informazioni sui concorrenti comprendono molte aree, dalle informazioni di marketing e finanziarie alla proprietà intellettuale, come i progetti e i designs 2D e 3D. In caso di dubbi, consultare il Legal Business Partner.

Cosa fare

I **dipendenti devono:**

- Raccogliere e utilizzare solo le informazioni sui concorrenti che siano di pubblico dominio
- Assicurarsi che le informazioni provengano da una fonte legittima e documentarla
- Tenersi aggiornati sui corsi formativi e sulle policy più recenti relative alla raccolta di informazioni sui concorrenti
- tenere chiaramente traccia delle fonti dei dati in tutte le comunicazioni, in modo tale che la loro legittimità sia al di fuori di ogni sospetto
- In caso di acquisizione involontaria di [informazioni riservate sui concorrenti](#), il Legal Business Partner va informato immediatamente

Cosa non fare

I dipendenti **non devono:**

- Cercare di ottenere informazioni riservate sulla concorrenza da neoassunti o da terzi

Dati personali e privacy

Unilever rispetta la privacy di tutte le persone, inclusi dipendenti e consumatori, e i loro dati personali, incluse le informazioni digitali che Unilever detiene su di loro. Raccoglieremo e utilizzeremo i dati personali in linea con i nostri valori e le leggi applicabili, rispettando la privacy come diritto umano.

La presente Policy del Codice stabilisce le misure che i dipendenti devono adottare per garantire una gestione corretta dei dati personali.

Cosa fare

Quando si raccolgono, si utilizzano o si memorizzano i dati personali, i dipendenti devono:

- Raccogliere soltanto dati necessari e pertinenti, e utilizzarli esclusivamente per lo scopo per il quale sono raccolti
- Essere trasparenti con le persone in relazione al modo in cui i loro dati personali vengono utilizzati in linea con le informative sulla privacy di Unilever
- Ottenere il consenso delle persone in conformità alle leggi locali
- Mantenere aggiornati i dati personali correggendo le informazioni imprecise quando richiesto e rispettando i diritti individuali
- Mantenere i dati personali riservati e al sicuro
- Agire in modo responsabile ed etico, sostenendo i valori fondamentali di Unilever, considerando sempre il rischio individuale nell'utilizzo dei dati personali e adottando misure per attenuare tale rischio

Cosa non fare

Quando si raccolgono, si utilizzano o si memorizzano dati personali, i dipendenti **non devono**:

- Conservare i dati personali per un tempo superiore a quello necessario per perseguire la finalità aziendale o soddisfare i requisiti legali minimi
- Trasferire i dati personali al di fuori del Paese in cui sono raccolti senza consultarsi con il Legal Business Partner, in quanto potrebbero essere previste restrizioni/requisiti legali relativi al trasferimento
- Raccogliere e utilizzare i dati personali per scopi che non siano ragionevolmente attesi dai nostri consumatori e dai dipendenti

In caso di dubbi, i dipendenti devono chiedere consiglio al proprio Line Manager e/o al Legal Business Partner



Utilizzo dei sistemi informatici (1 di 2)



La presente Policy del Codice spiega il modo in cui i dipendenti devono utilizzare le apparecchiature e i sistemi di Unilever o i dispositivi personali per accedere alle informazioni di Unilever in modo responsabile e sicuro, in conformità con tutte le leggi e le normative pertinenti

Ai dipendenti viene fornito l'accesso ai sistemi e alle apparecchiature Unilever per svolgere il proprio lavoro nell'ambito del proprio ruolo.

Ai dipendenti è concesso utilizzare le apparecchiature di Unilever per uso personale se ciò non comporti un impatto rilevante su Unilever. Per impatto rilevante si intende anche un uso eccessivo della memoria, l'utilizzo improprio della rete, l'utilizzo dei dati mobili o vocali che possa avere un impatto negativo sulle prestazioni ambientali.

Tutte le informazioni aziendali di Unilever elaborate o memorizzate su sistemi e apparecchiature di Unilever o personali non sono private e possono essere monitorate, ispezionate o rimosse da Unilever, indipendentemente dal fatto che siano utilizzate per attività lavorative o "personali".

Unilever può registrare, diagnosticare e valutare l'attività sui sistemi e sulle apparecchiature proprie nella misura consentita dalla legge, per garantire il rispetto di questa policy e l'ottimizzazione dell'ambiente tecnico di Unilever.

Utilizzo dei sistemi informatici (2 di 2)

Cosa fare

Quando si utilizzano i sistemi e le apparecchiature di Unilever, i dipendenti **devono:**

Assicurarsi che le apparecchiature di Unilever vengano utilizzate in modo appropriato e proteggerle da danni, perdite o furti

Utilizzare una password o un PIN per bloccare le apparecchiature Unilever non presidiate o qualsiasi dispositivo personale utilizzato per accedere alle informazioni di Unilever

Segnalare immediatamente all'IT Service Desk la perdita o il furto di qualsiasi apparecchiatura Unilever o di qualsiasi dispositivo personale utilizzato per accedere o archiviare le informazioni di Unilever

Assicurarsi che tutte le apparecchiature informatiche rimovibili di Unilever siano messe al sicuro quando vengono lasciate in ufficio durante la notte, e siano messe sotto chiave o nascoste quando vengono lasciate incustodite a casa, in hotel o in un veicolo. In viaggio, tenerle sempre con sé

Rispettare le leggi sui diritti d'autore e tutte le licenze applicabili per qualsiasi elemento grafico, documento, supporto e altro materiale memorizzato o accessibile con i sistemi o le apparecchiature Unilever

Seguire la procedura di richiesta IT appropriata per installare qualsiasi software o applicazione sulle apparecchiature Unilever

Cosa non fare

I dipendenti **non devono:**

- Tentare di disabilitare, superare o aggirare i controlli di sicurezza di Unilever, inclusi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, firewall, configurazione del browser, accesso privilegiato, antivirus e l'eliminazione dei registri di sistema
 - Utilizzare i sistemi o le apparecchiature Unilever per accedere, archiviare, inviare, pubblicare o postare volontariamente materiale che sia:
 - Sia pornografico, sessualmente esplicito, indecente o osceno, o
 - Promuova la violenza, l'odio, il terrorismo o l'intolleranza, o
 - Violi le leggi locali, nazionali o internazionali
 - Utilizzare i sistemi o le apparecchiature di Unilever per diffamare o calunniare volontariamente la reputazione di una persona o di un soggetto oppure dei suoi beni o servizi
- Esporre le informazioni di Unilever:
 - Utilizzando informazioni non pubbliche di Unilever per attività diverse da quelle aziendali
 - Inoltrando e-mail contenenti informazioni non pubbliche di Unilever ad account di posta elettronica personali
 - Archiviando o sincronizzando le informazioni di Unilever da dispositivi personali
 - Condividendo le loro credenziali di accesso Unilever con chiunque altro, inclusi colleghi di lavoro (a meno che non siano formalmente approvati dal reparto Information Security), amici e familiari
 - Utilizzando la password Unilever per sistemi informatici non Unilever
 - Utilizzando il loro indirizzo e-mail Unilever per siti web o attività on-line non aziendali
 - Accedendo intenzionalmente alle informazioni o ai sistemi Unilever non destinati a loro
 - Eseguire o intraprendere qualsiasi tipo di attività privata utilizzando le apparecchiature informatiche di Unilever
 - Accedere ai sistemi o alle informazioni di Unilever dopo aver lasciato l'impiego presso Unilever

L'impegno verso l'esterno

Attraverso tutta la nostra catena del valore, a partire dall'innovazione fino ad arrivare ai nostri consumatori, Unilever e i suoi dipendenti devono dimostrare nelle relazioni con l'esterno di rispettare gli stessi standard etici che applichiamo nei rapporti tra colleghi.



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Marketing responsabile

Unilever si impegna a sviluppare, produrre, commercializzare e vendere tutti i suoi prodotti e servizi in modo responsabile. Unilever può e deve condurre attività di marketing in linea con le aspettative della società.

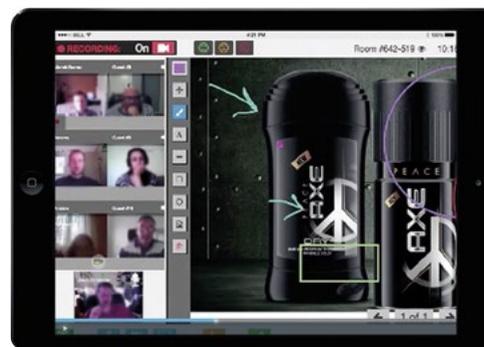
La presente Policy del Codice definisce standard minimi globali applicabili alle attività di marketing di Unilever in tutto il mondo.

A titolo esemplificativo ma non esaustivo, si occupa di: nomi di brand, confezioni ed etichettatura; ricerche di mercato e di pianificazione sui consumatori; comunicazione commerciale; materiali di vendita; sponsorizzazioni e attività di merchandising; tutte le forme di pubblicità, inclusa la televisione, la radio, la stampa, i media digitali, le attività e gli eventi promozionali, attività di "product placement" e di "advergaming", siano essi creati da Unilever, da agenzie, ottenute in crowdsourcing o da altre parti terze.

Cosa fare

I dipendenti che sono coinvolti nelle attività di marketing di Unilever **devono**:

- Rispettare sempre le leggi applicabili in materia di marketing;
- Descrivere i nostri prodotti/servizi e i loro effetti in modo veritiero, accurato e trasparente, fornendo informazioni pertinenti e, se del caso, relative ai valori nutrizionali;
- Garantire la disponibilità di informazioni sufficienti per i consumatori e i clienti per capire come utilizzare i nostri prodotti e servizi;
- Garantire che il nostro marketing sia basato su supporti adeguati a sostegno dei claims utilizzati da Unilever;
- Rispettare i nostri principi e gli standard in materia di marketing, compresi (ma non limitandosi a) quelli riguardanti i bambini, le donne e i social media;
- Prestare attenzione alle implicazioni ambientali dell'attività di marketing, in settori quali lo sviluppo di nuovi prodotti, i piani di attivazione del marketing, il riciclaggio degli imballaggi e dei contenuti



Libertà di scelta

I dipendenti coinvolti nelle attività di marketing di Unilever devono mostrare rispetto per le persone che scelgono di non acquistare i nostri prodotti e servizi, e garantire che vi siano informazioni sufficienti sui nostri prodotti e servizi per consentire ai consumatori di fare scelte informate

Buon gusto e correttezza

I dipendenti coinvolti nelle attività di marketing di Unilever devono garantire che il nostro marketing rifletta e rispetti standard contemporanei generalmente accettati di buon gusto e qualità, nel contesto in cui sono stati progettati, dimostrando consapevolezza sia del contesto sociale che sensibilità verso diversi gruppi culturali, sociali, etici e religiosi.

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Alterare le immagini utilizzate nelle comunicazioni di marketing in modo tale da rendere fuorviante la pubblicità;
- Utilizzare in modo improprio i dati tecnici o utilizzare la terminologia scientifica o il vocabolario in modo tale da suggerire falsamente che una data affermazione abbia validità scientifica;
- Associare i nostri prodotti o servizi, anche presentandoli all'interno di qualsiasi materiale di marketing, a temi, figure o immagini di Unilever che possano causare offese gravi o diffuse a qualsiasi religione, nazionalità, cultura, sesso, razza, orientamento sessuale, età, disabilità o minoranza;
- Effettuare attività di marketing su qualsiasi mezzo di comunicazione noto per essere promotore di violenza, pornografia o comportamenti offensivi

Approvvigionamento e partner commerciali responsabili

Unilever è un'azienda guidata da uno scopo, e, pertanto, si impegna ad operare in modo da migliorare la vita dei lavoratori in tutta la nostra catena del valore, nonché delle comunità e dell'ambiente circostante. Unilever si aspetta che i suoi fornitori e partner commerciali aderiscano a valori e principi coerenti con i propri.

La presente Policy del Codice definisce le responsabilità dei dipendenti che hanno rapporti con terzi.

I requisiti che le nostre terze parti devono rispettare sono definiti nella [Policy sull'approvvigionamento responsabile \(RSP\)](#) per i fornitori e nella [Policy per i partner commerciali \(RBPP\)](#) per distributori, clienti e altri partner soggetti alla RBPP.

Unilever potrebbe essere soggetta a responsabilità legali e danni reputazionali qualora le terze parti non rispettassero tali requisiti.

La RSP e la RBPP delineano i principi fondamentali e i requisiti obbligatori che devono essere soddisfatti dalle terze parti.

I team responsabili della definizione degli standard di queste policy sono l'Integrated Social Sustainability (Supply Chain) per la RSP e il Customer Development per la RBPP.

Cosa fare

I [dipendenti](#) che stipulano i contratti e/o lavorano con le parti terze di Unilever **devono**:

- Leggere e comprendere la policy RSP o RBPP e, in caso di domande, rivolgersi al Line Manager e/o ai team responsabili interessati;
- Garantire che tutte le parti terze siano soggette ai nostri controlli e alle nostre policies RSP e RBPP, che comprendono attività adeguate e tempestive di selezione, appalto e monitoraggio (incluse le verifiche e le misure correttive, ove necessarie);
- Garantire che tutti i nostri accordi con i fornitori (compresi MSA, UPA, CTC, PO*), i distributori e i clienti (compresi i DO*), nella misura richiesta dai nostri controlli interni, contengano clausole contrattuali che specifichino che il fornitore deve confermare l'adesione alla nostra RSP o RBPP come condizione del rapporto di lavoro;
- Informare il Line Manager e il team competente responsabile qualora siano a conoscenza o sospettino che le terze parti non soddisfino i requisiti RSP o RBPP o agiscano in violazione dei termini contrattuali concordati;
- Garantire che le procedure di pre-selezione, selezione o gara per nuove terze parti tengano in considerazione la loro conformità alla RSP e alla RBPP

Cosa non fare

I dipendenti che stipulano i contratti e/o lavorano con le parti terze di Unilever **non devono**:

- Accettare eventuali modifiche delle clausole o eliminazione delle stesse dalla RSP o RBPP senza consultare il proprio Legal Business Partner e in relazione alla RSP, senza aver ottenuto la previa autorizzazione scritta della funzione Integrated Social Sustainability
- Continuare a negoziare con terze parti che non rispettano la RSP o la RBPP, a meno che non venga fornita una deroga o un'esenzione, o nel caso in cui siano stati inseriti nell'elenco delle parti terze soggette ad esenzione dai team preposti



*Nota a piè di pagina: MSA = Contratti quadri di servizio, UPA = Contratti di acquisto Unilever, CTC = Contratti delle condizioni commerciali, PO = Ordini di acquisto, DO = Ordini a distributori.

Concorrenza leale (1 di 2)



Le indagini condotte dalle autorità garanti della concorrenza possono comportare multe e costi significativi, richieste di risarcimento da parte dei nostri clienti e concorrenti, così come danni alla nostra reputazione e alle relazioni commerciali. Possono essere applicate anche sanzioni penali a singoli individui.

Le leggi sulla concorrenza vietano:

- Accordi anti-concorrenziali
- Condivisione di informazioni commerciali sensibili tra concorrenti, salvo approvazione da parte dell'Ufficio Legale
- Alcune restrizioni imposte o concordate con distributori e altri clienti; e
- Abusi di posizioni dominanti sul mercato.

La presente Policy del Codice definisce le azioni che i dipendenti devono compiere per garantire che Unilever promuova una concorrenza leale.

Collaborazione con le autorità garanti della concorrenza

Unilever collabora pienamente con le autorità garanti della concorrenza, difendendo al contempo con coerenza e fermezza i suoi interessi legittimi. Tutti i contatti con le autorità garanti della concorrenza (compresi, se del caso, i tribunali nazionali) sono coordinati dal Legal Business Partner competente. Per ulteriori dettagli, consultare la Policy del Codice in materia di [Contatti con il governo, le autorità di regolamentazione e le organizzazioni non governative \(ONG\)](#)

Cosa fare

Con il sostegno dell'Ufficio Legale, i responsabili di cluster di mercato/paese, categoria e funzione, devono garantire che i requisiti del diritto della concorrenza siano compresi da dipendenti, appaltatori e agenti che operano in categorie, mercati e funzioni di loro competenza, fornendo documenti, comunicazioni e corsi formativi adeguati, con programmi specifici per determinati gruppi (in particolare quelli "ad alto rischio").

I **dipendenti devono:**

- Rispettare il diritto della concorrenza per tutte le categorie e i mercati in cui operano, nonché seguire tutti i corsi di formazione pertinenti

Concorrenza leale (2 di 2)

Cosa fare

- Prima di partecipare a un'associazione di categoria o a un evento di settore, assicurarsi che siano stati rispettati tutti i requisiti obbligatori previsti dallo Standard di Unilever sulla partecipazione alle associazioni di categoria; ciò vale anche per riunioni o eventi meno formali che coinvolgano concorrenti, come cerimonie di premiazione o contatti sociali associati
- Opporsi immediatamente se vengono sollevati argomenti inappropriati durante qualsiasi contatto con i concorrenti e andarsene subito, e in modo deciso, in caso di proseguimento di una discussione inappropriata
- Segnalare immediatamente gli incidenti di discussioni inappropriate al Legal Business Partner
- Richiedere tempestivamente la consulenza al proprio Legal Business Partner:
 - Ogni volta che serve aiuto in merito all'applicazione delle regole sulla concorrenza stabilite nella presente Policy in qualsiasi situazione commerciale specifica, e in caso di eventuali dubbi
 - Nelle situazioni che possano comportare lo scambio di informazioni con un concorrente
- Prima di discutere con i concorrenti accordi comuni di acquisto, produzione, ricerca e sviluppo e normalizzazione
- Quando si prevede di limitare l'attività commerciale di un cliente o un distributore
- In situazioni in cui Unilever potrebbe avere una posizione di mercato forte e le pratiche commerciali di Unilever potrebbero essere percepite come sleali da parte di clienti o concorrenti
- Registrare chiaramente le fonti informative sui concorrenti in tutte le comunicazioni e i documenti in modo tale che la loro legittimità sia al di sopra di ogni sospetto

Cosa non fare

Unilever vieta la partecipazione a cartelli in tutti i paesi, anche in quelli che sono privi di un diritto della concorrenza.

I dipendenti **non devono**:

- Partecipare a cartelli
- Discutere, concordare o scambiare informazioni sui seguenti argomenti, direttamente o indirettamente, con i concorrenti (salvo approvazione da parte del Legal Group):
 - Il prezzo o le condizioni di vendita di prodotti e/o servizi
 - Il prezzo o le condizioni da richiedere ai fornitori
 - Il coordinamento o l'assegnazione di offerte o preventivi
 - Limitazioni alla produzione o alla vendita; oppure
 - La divisione o l'assegnazione di mercati geografici, clienti o linee di prodotti
- Boicottare o rifiutare di trattare con determinati concorrenti, clienti o fornitori senza prima chiedere consiglio al Legal Business Partner
- Imporre restrizioni all'attività commerciale di un cliente o un distributore senza prima chiedere consiglio al Legal Business Partner, compreso il controllo del prezzo di rivendita, il territorio o i canali in cui possono rivendere i prodotti Unilever e la misura in cui possono vendere prodotti concorrenti
- Quando Unilever detiene una posizione di mercato forte, comportarsi in modo tale da trarre un vantaggio indebito dai clienti o impedire ingiustamente ai concorrenti di entrare, rimanere o espandersi in un mercato, ad esempio vendendo a prezzi inferiori ai costi, mediante alcuni tipi di sconti condizionati e accordi di esclusiva

Contatti con governi, autorità di regolazione e organizzazioni non governative (ONG) (1 di 2)



Qualsiasi contatto da parte dei dipendenti di Unilever o di chiunque agisca per conto di Unilever, con governi, autorità legislative e di regolazione o ONG deve avvenire in totale onestà, integrità, apertura e nel rispetto delle leggi locali e internazionali.

La presente Policy fornisce indicazioni dettagliate su come prendere contatto con le autorità sopra descritte. Non sono oggetto della presente Policy le interazioni su questioni strettamente personali, come le donazioni personali a scopo di beneficenza o le imposte sulle persone fisiche.

Per governi, autorità di regolazione e legislative si intendono tutte quelle che possono essere: globali/internazionali (come ad esempio le Nazioni Unite), regionali (come ad esempio Unione europea, ASEAN), nazionali o quelle locali. Anche le ONG (Organizzazioni Non Governative) operano su vari livelli e sono impegnate sia sul fronte sociale, dei consumatori sia quello ambientale.

Le interazioni con dette organizzazioni devono essere effettuate esclusivamente da soggetti autorizzati con la giusta formazione. Il "contatto" copre tutte le forme di comunicazione, che si tratti di interazione formale, informale o sociale, compreso qualsiasi tipo di corrispondenza di tipo personale, tramite mezzi elettronici e/o in forma scritta.

Contatti con governi, autorità di regolazione e organizzazioni non governative (ONG) (2 di 2)

Cosa fare

I dipendenti **devono**:

- Ricevere una formazione adeguata ed essere autorizzati dal loro Line Manager
- Essere cortesi, aperti e trasparenti nel dichiarare il proprio nome, l'azienda, il ruolo, lo status e, per qualsiasi richiesta o "dichiarazione", riferirsi adeguatamente alla questione sottesa
- Adottare tutte le misure ragionevoli per garantire la veridicità e la precisione delle informazioni
- Mantenere un registro dei contatti e delle interazioni con le autorità che hanno avuto luogo per nostra iniziativa
- Chiedere l'approvazione preventiva qualora si contatti un funzionario per **rappresentare i nostri interessi legittimi** nel modo seguente:
 - Organizzazioni globali/internazionali = Direttore globale del reparto Regulatory, Direttore globale del reparto Global External Affairs o Direttore globale del reparto sostenibilità (Global Head of Regulatory Affairs, Global Head of Communications & Corporate Affairs o Global Head of Sustainability);

- Organizzazioni regionali = Direttore globale del reparto Communications o relativo Responsabile del reparto Regulatory/Cluster External Affairs (Global Head of Communications, Markets o relativo Cluster External Affairs/Regulatory Affairs Head);
- Organizzazioni nazionali o locali = Responsabile nazionale del reparto External Affairs/Responsabile del reparto Regulatory (National Head of External Affairs/Regulatory Affairs Head). Se i dipendenti non dispongono di tali reparti presso la loro sede, devono ottenere l'approvazione dal responsabile cluster della funzione o dall'Amministratore Delegato nazionale/Responsabile delle attività
- Se necessario, ottenere un'autorizzazione permanente come requisito del loro ruolo specifico, ad esempio i dipendenti dei reparti Regulatory, comunicazioni e attività di promozione

- Per qualsiasi contatto in materia di tassazione, rendicontazione finanziaria, contabilità, pensioni o questioni legali, ottenere la preventiva approvazione da parte del Direttore del reparto Finance, del General Counsel o dal Responsabile del Tax Department, del Direttore Corporate Pensions Department
- Ottenere la previa approvazione da parte del reparto Regulatory (che a sua volta si metterà in contatto con il Legal Group) prima di qualsiasi **contatto con le autorità di regolamentazione** relative all'utilizzo effettivo o pianificato di prodotti e/o ingredienti da parte di Unilever
- Ottenere la preventiva approvazione da parte del reparto locale addetto alle comunicazioni prima di qualsiasi **contatto con le ONG**
- Essere a conoscenza delle procedure aggiornate comunicate dai responsabili di sede per rispondere alle indagini a sorpresa da parte delle autorità competenti. A tale scopo devono essere nominati Responsabili incaricati di guidare la procedura per ogni tipo di indagine potenziale

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Tentare di ostacolare la raccolta di informazioni, dati, testimonianze o registrazioni da parte di investigatori o funzionari autorizzati
- Dire o fare qualsiasi cosa che possa influenzare in modo improprio, o possa essere percepita come un tentativo in tal senso, le decisioni su Unilever da parte di qualsiasi governo, legislatore, autorità di regolamentazione o ONG (per maggiori informazioni consultare le Policies del Codice in materia di [Regali e ospitalità](#) e [Anticorruzione](#))



Donazioni e attività politiche



Alle società Unilever è vietato sostenere anche economicamente candidati o partiti politici. I dipendenti possono offrire sostegno e contributi a gruppi politici solo a livello personale.

La presente Policy del Codice fornisce un orientamento sul modo in cui i dipendenti devono gestire le loro relazioni commerciali con i gruppi politici.

Cosa fare

I dipendenti devono:

- Garantire che tutti i contributi e l'eventuale sostegno a partiti politici risultino in maniera evidente a titolo personale, senza dare l'impressione di eventuali collegamenti con Unilever
- Garantire che qualsiasi contributo o sostegno politico di tipo personale non influenzi le loro prestazioni o l'obiettività sul lavoro (per maggiori informazioni consulta la Policy del Codice in materia di [Evitare i conflitti d'interesse](#))
- In caso di dipendenti che rappresentino Unilever in gruppi di consultazione di tipo economico o sociale istituiti da governi, la loro partecipazione è soggetta alla preventiva accettazione del Responsabile del reparto Communications

L'approvazione sarà concessa solo quando la natura non politica dell'attività sarà stata comunicata pubblicamente come tale dal gruppo di consultazione, l'attività sia relativa ad aree che sostengono la corporate vision di Unilever e il gruppo includa rappresentanti di una vasta gamma di organizzazioni come ad esempio, società analoghe particolarmente note, enti di beneficenza nazionali, gruppi apolitici di esperti, organizzazioni di ricerca e rappresentanti dell'ambiente universitario o organismi similari.

Cosa non fare

I dipendenti **non devono**:

- Creare un conflitto d'interesse attraverso il loro coinvolgimento nei gruppi di consultazione di tipo economico o sociale di cui sopra. Consultare la Policy del Codice in materia di Evitare dei conflitti d'interesse)

Comunicazioni esterne – I media, gli investitori e gli analisti



La comunicazione con le comunità di investimento (compresi azionisti, broker e analisti) ed i media devono essere gestite con attenzione. Le comunicazioni di questo tipo, che devono sottostare a importanti requisiti giuridici, richiedono competenze ed esperienza specializzate. Solo chi è in possesso delle autorizzazioni e della formazione/briefing specifica può comunicare con gli enti di investimento o i media riguardo a Unilever o rispondere alle relative domande o richieste di informazioni.

Spetta a “Unilever’s Disclosure Committee” per conto del Board, garantire l’esistenza delle procedure necessarie di conformità alle leggi e normative, tra cui il Disclosure & Share-Dealing Manuals di Unilever.

La presente policy del Codice evidenzia le modalità operative per comunicare con le comunità di investimento e i media.

Cosa fare

I dipendenti che hanno ricevuto l’autorizzazione a comunicare con le comunità di investimento o i media dalle funzioni Investor Relations o Media Relations o da un membro del Board **devono**:

- Rispettare tutte le condizioni relative alla loro autorizzazione, come ad esempio i vincoli su quando e/o con chi possono comunicare
- Consultare sempre con le funzioni che devono autorizzare il contenuto di ogni messaggio, prima che la comunicazione abbia luogo

I dipendenti che fanno parte delle funzioni Relazioni con gli Investitori o Relazioni coi Media, devono seguire i Disclosure & Share Dealing Manuals e i processi e le procedure dei dipartimenti (autorizzazioni incluse) di quest’area.

Queste norme si applicano anche al di fuori delle situazioni lavorative formali di tipo esterno, come ad esempio conferenze, corsi, seminari, eventi in associazioni di categoria o occasioni sociali.

Cosa non fare

I dipendenti che non fanno parte delle funzioni Investor Relations o Media Relations o i membri del Board non **devono**:

- Comunicare con le comunità di investimento o con i media, in via ufficiosa o ufficiale, tranne quando autorizzati da una di dette funzioni e se in possesso di formazione/briefing adeguati
- rispondere a richieste di, comunità di investimento o dei media. Tutte le richieste andranno indirizzate alle funzioni Relazioni con i Media o Relazioni con gli Investitori, i Media Relations o Investor Relations
- Prendere parte a conversazioni, rispondere a qualsiasi domanda o fornire informazioni o opinioni
- Rilasciare dichiarazioni finanziarie di tipo previsionale o fornire informazioni caratterizzabili come interne (per maggiori informazioni consultare la policy del Codice su Prevenire l’Insider Trading e il “Media Relation Protocol”)

Glossario



Il Codice dei
Principi di
Business

Contrastare
la corruzione

Il rispetto
delle persone

Tutela delle
informazioni

L'impegno
verso l'esterno

Glossario

Glossario

Code Support Line (Linea di supporto Codice)

Servizi on line e telefonici riservati, consentono a chi li utilizza di sollevare preoccupazioni in merito a concrete o potenziali violazioni del Codice o delle Policy del Codice, per porre questioni in casi in cui sia necessario avere chiarimenti e per controllare lo stato di avanzamento di una segnalazione o di un quesito sollevato. Il servizio è disponibile al sito

www.unilevercodesupportline.com

Informazioni riservate sui concorrenti

Informazioni non pubbliche relative ad un prodotto di un concorrente o al modo in cui un concorrente gestisce la propria attività. Le informazioni riservate coprono un'ampia gamma di aspetti, inclusi prezzi attuali o futuri, condizioni di prezzo (es. sconti); prezzi di acquisto, costi e informazioni commerciali dei fornitori o strategie finanziarie e piani (es. fusioni, acquisizioni e dismissioni); piani di marketing, promozionali e di vendita; risultati finanziari prima del loro annuncio pubblico; lavori di ricerca e sviluppo (es. strategie, modelli di design, formule, disegni, informazioni tecniche, manuali e istruzioni, specifiche di prodotto e campioni di prodotto che non sono ancora stati lanciati sul mercato o comunicati pubblicamente); software di proprietà.

Dipendente

Una persona dipendente di Unilever in forza di un contratto di lavoro. Il termine si riferisce a tutti i dipendenti, che siano a tempo pieno, ridotto, a tempo determinato, indeterminato o trainee. In aggiunta, nel presente documento, il termine è utilizzato per far riferimento ad altre persone che lavorano per Unilever nelle seguenti modalità: contractor, staff temporaneo, dipendenti in distacco, tirocinanti; quelli da statuto con un ruolo di direttore o con responsabilità equivalenti; dipendenti di joint venture e fornitori di lavoro di terze parti approvate quando Unilever ne ha il diretto controllo; dipendenti a seguito di nuove acquisizioni.

Agevolazioni di pagamento

Pagamento non ufficiale, in realtà una tangente vera e propria, effettuato a un funzionario pubblico per garantire o accelerare l'esecuzione di un'azione ordinaria che il funzionario è tenuto a fornire in ogni caso. Le agevolazioni di pagamento sono illegali nella maggior parte dei paesi, anche se un numero ristretto fornisce eccezioni in determinate circostanze. Viene detto anche pagamento "agevolante".

Familiare

Un parente, per legame di sangue o per matrimonio (o simile relazione informale), in particolare un coniuge, un convivente, un genitore o un figlio. Il termine include fratello/sorella, figli adottivi o figli adottati, genitori acquisiti, nonni, zii, cugini, nipoti o qualsiasi parente che abbia vissuto con voi negli ultimi 12 mesi o più.

Vantaggi impropri

L'offerta o il dono di qualsiasi oggetto di valore, incluse somme di denaro in contanti, che possa essere percepito come volte a far sì che il destinatario si comporti contrariamente all'aspettativa etica usuale. Include denaro, servizi (compresi i favori), sconti, uso di risorse, prestiti, credito, la promessa di vantaggi futuri (compresi stage o impieghi futuri), e regali o forme di ospitalità.

Funzionario pubblico

Un ufficiale, dipendente o rappresentante di Stato o di una entità controllata o di proprietà dello Stato. Il termine fa riferimento a persone che rappresentano un partito politico o una organizzazione pubblica internazionale, o un candidato per un ufficio politico, municipale o giudiziario. Si riferisce, inoltre, a ciascuna persona che agisca in veste ufficiale per conto di una delle entità su citate, inclusa la polizia e le forze armate.

Unilever

Le espressioni "Unilever" e "società Unilever" sono utilizzate per convenienza e intendono il Gruppo aziendale Unilever composto da Unilever N.V., Unilever PLC e le rispettive società controllate. Per "Board" di Unilever si intendono i direttori di Unilever N.V. e Unilever PLC.