

KODEKS POSTĘPOWANIA BACARDI

Niniejszy Kodeks zastępuje wszystkie jego poprzednie wersje elektroniczne i papierowe. Kodeks zostanie przetłumaczony na języki lokalne, ale to jego angielska wersja pozostaje jedyną wersją oficjalną. Od naszych partnerów biznesowych, dystrybutorów, sprzedawców, agencji marketingowych i reklamowych itp. oczekujemy przestrzegania zasad określonych w tym Kodeksie.

START

JAK KORZYSTAĆ Z KODEKSU

KLIKNIJ KARTY NAWIGACYJNE, ABY PRZEJŚĆ DO WYBRANEJ CZĘŚCI

DO PORUSZANIA SIĘ W PRZÓD I W TYŁ UŻYWAJ STRZAŁEK

KLIKNIJ LINKI DO TEKSTU OBOK TEJ IKONY, ABY WYŚWIETLIĆ POWIĄZANE INFORMACJE

WRÓĆ

DALEJ

UKRYJ

SPIS TREŚCI

1. DLACZEGO WDROŻYLIŚMY KODEKS POSTĘPOWANIA?.....
2. UCZCIWOŚĆ I OBOWIĄZKI.....
 - Równe szanse.....
 - Wzajemny szacunek.....
 - Konflikt interesów.....
 - Upominki, przejawy gościnności i rozrywka.....
 - Aktywa fizyczne i zasoby informatyczne firmy.....
 - Dokumentacja firmowa, sprawozdawczość finansowa i audytorzy.....
 - Własność intelektualna.....
 - Ochrona informacji biznesowych.....
 - Ochrona danych osobowych.....
 - Prywatne korzystanie z mediów społecznościowych.....
 - Odpowiedzialność korporacyjna (wspieranie organizacji charytatywnych i sponsoring).....
3. PRZESTRZEGANIE PRAWA, ZASAD I REGULACJI.....
 - Praktyki biznesowe.....
 - Uczciwa konkurencja.....
 - Praktyki dystrybucyjne.....
 - Ochrona środowiska, bezpieczeństwo i higiena pracy.....
 - Sankcje ekonomiczne.....
 - Wykorzystywanie informacji poufnych i zgodność z prawem dotyczącym obrotu papierami wartościowymi.....
 - Działania antykorupcyjne.....
 - Odpowiedzialność społeczna i praktyki marketingowe.....
 - Nielegalny handel.....
 - Relacje z dostawcami i partnerami biznesowymi.....
 - Wsparcie i działalność polityczna.....
4. WSPÓŁPRACA Z ORGANAMI WŁADZY I MEDIAMI.....
 - Zapytania i dochodzenia organów władzy.....
 - Relacje z mediami.....
5. SŁUŻYMY WSPARCIEM!.....

1 DLACZEGO WDROŻYLIŚMY KODEKS POSTĘPOWANIA?

Niniejszy Kodeks postępowania opisuje najważniejsze zasady, których musimy przestrzegać w ramach prowadzenia naszej działalności, aby potwierdzić przywiązanie do naszych wartości i chronić naszą przyszłość. Stosując się do tych zasad, wzmacniamy zaufanie potrzebne do odniesienia sukcesu na całym świecie.

Chociaż zdajemy sobie sprawę z istnienia różnych praktyk biznesowych i kultur w poszczególnych krajach, uważamy że istnieją pewne ogólne standardy, które mogą obowiązywać w różnych środowiskach lokalnych.

Niniejszy Kodeks dotyczy wszystkich pracowników, naszych partnerów biznesowych i ich pracowników, którzy są zaangażowani w działalność Bacardi.

Kliknij tutaj, aby zapoznać się z „Kodeksem postępowania dla partnerów biznesowych”

Zgłaszanie pytań lub wątpliwości dotyczących Kodeksu

Wiemy, że znajdziesz się sytuacjach, w których pojawiają się pytania o najlepszy sposób prowadzenia naszej działalności zgodnie z naszymi wartościami i zasadami.

Jeżeli masz wątpliwości dotyczące zastosowania Kodeksu w takiej sytuacji, porozmawiaj ze swoim przełożonym, przedstawicielem działu kadr lub działu prawnego/zgodności.

Jeżeli nie chcesz ujawnić swojej tożsamości, skorzystaj z niezależnej anonimowej infolinii. Zgłaszając wątpliwości w dobrej wierze, pomagasz chronić Firmę i utrzymać w niej wysokie standardy etyczne.

Kliknij tutaj, aby wyświetlić numery telefonów i adresy e-mailowe oraz przeczytać wskazówki na temat zgłaszania naruszeń

2 UCZCIWOŚĆ I OBOWIĄZKI

Równe szanse

Pracownicy Bacardi pracują na całym świecie i wnoszą do Firmy różnorodne pomysły, talenty i umiejętności. Nasza Firma aktywnie promuje środowisko pracy, w którym wszystkich pracowników traktuje się i wynagradza sprawiedliwie. Nie tolerujemy żadnych form dyskryminacji, która negatywnie wpływa na poszczególne osoby lub grupy ze względu na ich narodowość, rasę, kolor skóry, wyznanie, płeć, orientację seksualną, stan cywilny, niepełnosprawność, wiek i inne prawnie chronione cechy.

Ta zasada równości i sprawiedliwości odnosi się do wszystkich warunków i aspektów zatrudnienia, w tym między innymi do rekrutacji, awansu i rozwiązywania stosunku pracy, wynagrodzeń i świadczeń pracowniczych, sukcesji, wydajności, ocen i nagród, postępowań wyjaśniających i kar.

Wzajemny szacunek

W firmie Bacardi i podczas wszelkich wydarzeń organizowanych przez nią obowiązuje zasada zera tolerancji wobec molestowania seksualnego i innych form mobbingu. Wszyscy pracownicy mają

prawo do pracy w środowisku pełnym zaufania i szacunku, które jest wolny od wszelkich form mobbingu, poniżania i nękania. Wspomniana zasada zera tolerancji dotyczy także każdej osoby zatrudnionej za pośrednictwem stron trzecich, które wykonują dla nas pracę lub świadczą określone usługi dla naszej Firmy (na przykład podczas wydarzeń promocyjnych).

Kliknij tutaj, aby zobaczyć przykłady mobbingu i molestowania seksualnego oraz dowiedzieć się, co należy zrobić, kiedy się jest się ofiarą lub świadkiem takiego zachowania

Konflikt interesów

Konflikt interesów może zaistnieć, kiedy zachodzi możliwość, że na podejmowane decyzje biznesowe mają wpływ prywatne interesy i relacje finansowe, społeczne, polityczne czy rodzinne.

Aby uniknąć faktycznych i potencjalnych konfliktów interesów, ważne jest powiadomienie swojego przełożonego i przedstawiciela działu kadr na piśmie, że dana transakcja lub sytuacja budzi wątpliwości. Zgłaszając zawczasu potencjalny konflikt, można nim zarządzać, wdrożyć odpowiednie działania korygujące i uzyskać wymagane zgody.

Kliknij tutaj, aby zobaczyć przykłady konfliktów interesów i wskazówki, które pomogą Ci zidentyfikować potencjalne konflikty

Upominki, przejawy gościnności i rozrywka

Upominki, przejawy gościnności i rozrywka (GHE) to integralny element życia biznesowego. To akceptowalny sposób wspierania budowania wizerunku firmy i zdrowych relacji z naszymi partnerami biznesowymi, a także możliwość prezentowania naszych marek, pod warunkiem jednak, że przestrzegane są pewne podstawowe zasady. W szczególności nie wolno przekazywać ani akceptować GHE w celu uzyskania lub nagradzania preferencyjnego traktowania, które nie ma uzasadnienia biznesowego, ponieważ taka postawa może być postrzegana jako konflikt interesów. W niektórych jurysdykcjach wymiana GHE może być nawet postrzegana jako forma korupcji.

Oferując lub przyjmując prezenty i oferty rozrywki biznesowej, zawsze przestrzegaj tych zasad:

- Zapoznaj się z lokalnymi przepisami antykorupcyjnymi, naszą Polityką dotyczącą podróży służbowych i rozrywki oraz naszą Polityką antykorupcyjną.
- Nie przyjmuj ani nie wręczaj prezentów w *gotówce* – lub których elementem jest gotówka. Karty podarunkowe są zamiennikiem gotówki i nie powinno się ich wręczać ani przyjmować, chyba że w ramach programu i procesu ustalonego przez Firmę. Każdy otrzymany prezent gotówkowy powinien zostać zwrócony lub, jeśli zwrot nie jest możliwy ze względów kulturowych, przekazany przedstawicielowi działu kadr lub lokalnemu radcy prawnemu.
- Uzyskaj wcześniejszą pisemną zgodę bezpośredniego przełożonego i radcy prawnego na **prezent dla funkcjonariuszy publicznych**, niezależnie od jego wartości i towarzyszących okoliczności. Taką zgodę należy odnotować w lokalnej dokumentacji.
- Możesz przyjąć lub zaoferować prezenty bezgotówkowe tylko wtedy, gdy jest to zgodne z normalną praktyką biznesową, a ich wartość nie przekracza 250 USD (cena rynkowa prezentu) na jednego partnera biznesowego w roku budżetowym. **WAŻNE:** Na niektórych rynkach mogą obowiązywać bardziej restrykcyjne zasady, dlatego zawsze należy upewnić się, czy

lokalna polityka dotycząca prezentów i rozrywki biznesowej nie jest mniej restrykcyjna i nie nakłada niższych limitów.

- Rozrywka biznesowa dla urzędników spoza sektora publicznego, w tym działania promujące markę, wydarzenia handlowe/branżowe lub wizyty w siedzibach naszych marek, jest akceptowalna z zastrzeżeniem jej okazjonalnego i uzasadnionego charakteru oraz jeżeli jest zgodna z lokalnymi kosztami, zwyczajami i naszymi regulaminami. Wszelkie **oferty rozrywki tego typu dla funkcjonariuszy publicznych** muszą być zatwierdzone przez globalnego specjalistę ds. zgodności lub głównego radcę prawnego.

Kliknij tutaj, aby zobaczyć przykłady prezentów i rozrywek, które wymagają zatwierdzenia oraz powiązane polityki globalne: Polityka antykorupcyjna Bacardi; Polityka dotycząca podróży służbowych i rozrywki biznesowej (T&E)

Aktywa fizyczne i zasoby informatyczne firmy

Aktywa fizyczne naszej Firmy, które obejmują gotówkę, stany magazynowe, budynki, zasoby IT, sprzęt, informacje, dokumenty, rejestry i efekty pracy naszych pracowników, można wykorzystywać wyłącznie do celów biznesowych.

Technologie informacyjne i infrastruktura mają kluczowe znaczenie dla powodzenia naszej działalności i muszą być wykorzystywane w sposób odpowiedzialny. Umiarkowane korzystanie z określonych technologii informatycznych (telefon, e-maile) w celach prywatnych, aby umożliwić spełnienie potrzeb pracowników i wymogi w zakresie podróżowania jest dozwolone, ale w każdym innym przypadku aktywów i technologii informatycznych firmy można używać tylko w uzasadnionych celach służbowych. Niewłaściwe wykorzystanie technologii informacyjnej może doprowadzić do nieautoryzowanego dostępu do naszej sieci i danych, kradzieży informacji biznesowych, uszkodzenia systemów oprogramowania i wycieku poufnych informacji.

Kliknij tutaj, aby uzyskać wskazówki i sugestie dotyczące korzystania z naszej sieci i zapoznać się z Globalną polityką bezpieczeństwa IT.

Dokumentacja firmowa, sprawozdawczość finansowa i audytorzy

Rzetelność w zakresie prowadzenia dokumentacji Firmy i systemów raportowania jest absolutnie niezbędna. Dokumentacja musi być dokładna, kompletna i terminowa, aby odzwierciedlała uzasadnione i uczciwe działania biznesowe, aktywa i zobowiązania Bacardi, zgodnie z obowiązującymi przepisami, zasadami i regulacjami, w tym z ogólnie przyjętymi zasadami rachunkowości i wytycznymi audytorów Firmy.

Pracownikom zabrania się dokonywania lub autoryzowania jakichkolwiek wprowadzających w błąd wpisów lub płatności pozaksięgowych, rachunków lub kont, które mogłyby zafałszować dokumentację lub raporty dotyczące wyników operacyjnych Firmy lub jej sytuacji finansowej. Zakaz ten obejmuje wszelkie próby obejścia procedur weryfikacji i zatwierdzania.

Aktywa Firmy są chronione zgodnie z postanowieniami Polityki dotyczącej uczciwości w zakresie wynagrodzeń i ich odzyskiwania. Polityka ta może być egzekwowana w sytuacjach, kiedy pracownicy narażają na szwank uczciwość Firmy, a ich zachowanie zostanie uznane za niezgodne z zasadami Kodeksu lub w przypadku błędnej kalkulacji wyników finansowych Firmy, powodując tym samym błędną wycenę wynagrodzenia.

Kliknij tutaj, aby zobaczyć wszystkie powiązane globalne polityki: *Globalna polityka finansowa; Polityka należności i rezerw na należności wątpliwe; Polityka uzgadniania kont bilansowych; Polityka kredytowa; Polityka dotycząca poleceń zapłaty; Polityka dotycząca zewnętrznych audytorów; Polityka dotycząca obciążeń międzyfirmowych; Polityka dotycząca warunków płatności i zatwierdzeń; Polityka zakupów pośrednich; Polityka dotycząca podróży służbowych i rozrywki Bacardi (T&E); Polityka dotycząca uczciwości w zakresie wynagrodzeń i ich odzyskiwania.*

Własność intelektualna

Własność intelektualna (IP) ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia rozwoju i rentowności Firmy oraz stanowi jeden z najcenniejszych aktywów Bacardi.

Wszystkie wynalazki, pomysły i koncepcje opracowane przez Bacardi i jej pracowników należą do Bacardi i nie mogą być wykorzystywane w celach prywatnych ani współużytkowane. Jeżeli Twoje obowiązki służbowe obejmują marketing, sprzedaż, rozwój marki, rozwój produktu lub działania innowacyjne, powinieneś zapoznać się z regulaminami Firmy dotyczącymi własności intelektualnej i postępować zgodnie z odbytymi szkoleniami w tym zakresie. Nigdy nie wolno zezwalać na korzystanie z własności intelektualnej, której właścicielem jest firma Bacardi bez wcześniejszej pisemnej zgody radcy prawnego Bacardi. Analogicznie, nie wolno ujawniać projektów innowacyjnych w zakresie własności intelektualnej bez zapewnienia im ochrony w postaci umów o nieujawnianiu informacji zatwierdzonych przez radcę prawnego Bacardi.

Powinieneś zawsze szanować własność intelektualną innych osób, tak samo jak my szanujemy naszą.

Kliknij tutaj, aby zobaczyć powiązane wytyczne dotyczące zasad wykorzystywania własności intelektualnej, znaków towarowych i listy kontrolnej wskazanych i niewłaściwych działań w zakresie każdej marki

Ochrona informacji biznesowych

Wszystkie informacje związane z działalnością biznesową są poufne i przeznaczone wyłącznie do użytku wewnętrznego, chyba że firma Bacardi ujawni je w oficjalny i publiczny sposób. Publiczne oświadczenia zostaną oficjalnie sporządzone przez Bacardi zgodnie z określonymi procedurami i harmonogramami, aby zapewnić, że akcjonariusze i posiadacze obligacji otrzymają istotne informacje w pierwszej kolejności.

W odniesieniu do informacji poufnych musisz przestrzegać tych zasad:

- Ujawniać informacje tylko upoważnionym osobom w Bacardi, które potrzebują ich, aby wywiązać się z obowiązków służbowych.
- Wykorzystywać informacje tylko z myślą o korzyściach dla Bacardi.
- Uzyskać uprzednią pisemną zgodę kierownictwa lub radcy prawnego Bacardi na ujawnienie takich informacji stronom trzecim.

- Zrozumieć, że zobowiązanie do nieujawniania poufnych informacji ma zastosowanie nawet po zakończeniu zatrudnienia w Bacardi.

Ochrona danych osobowych

Dokładamy wszelkich starań, aby dane osobowe były przetwarzane zgodnie z przepisami o ochronie danych. Przed podjęciem czynności obejmującej wykorzystywanie danych osobowych, bez względu na to, czy informacje te dotyczą pracowników czy osób trzecich, powinieneś:

- Rozważyć wpływ swoich działań na prywatność danych.
- Jeśli wymaga tego prawo, upewnij się, że osoby przekazujące dane osobowe wyrażają zgodę i wiedzą, kto będzie miał dostęp do ich danych i w jakim celu będą one wykorzystywane.
- Chronić dane osobowe przed nieautoryzowanym dostępem i wykorzystaniem.

[Kliknij tutaj, aby zapoznać się z wytycznymi dotyczącymi przepisów o ochronie danych, materiałami komunikacyjnymi i szkoleniowymi oraz Polityką Bacardi w zakresie ochrony danych w UE.](#)

Prywatne korzystanie z mediów społecznościowych

Realizując filozofię naszego założyciela, mamy codziennie okazję celebrować kulturę Bacardi i zdajemy sobie sprawę, że media społecznościowe to świetne narzędzia do rozpowszechniania informacji o naszych markach i Firmie. Jednak wraz ze wzrostem popularności mediów społecznościowych komunikacja docierająca do każdego zakątka świata niesie za sobą także pewne ryzyko.

Upewnijmy się, że korzystamy z mediów społecznościowych w dobrym stylu i zgodnie z naszymi wytycznymi dotyczącymi odpowiedzialności korporacyjnej:

- Bierz odpowiedzialność za swoje słowa. Otwarcie przyznaj, że jesteś pracownikiem Bacardi, ale nie jesteś oficjalnym rzecznikiem firmy.
- Fakty muszą być zawsze prawdziwe i dokładne. To, co mówisz, może być widoczne dla ludzi na całym świecie.
- Okazuj szacunek dla opinii innych osób, nawet jeśli się z nimi nie zgadzasz.
- Nie ujawniaj naszych poufnych informacji.

[Kliknij tutaj, aby uzyskać dostęp do powiązanych „Wytycznych dotyczących mediów społecznościowych”](#)

Odpowiedzialność korporacyjna (wspieranie organizacji charytatywnych i sponsoring)

W oparciu o filar Działalność filantropijna i inwestycje w społeczności lokalne (PCI) w ramach platformy Odpowiedzialność korporacyjna (CR), firma Bacardi wspiera organizacje charytatywne, które pomagają nam zachować globalne zrównoważone środowisko, w którym możemy się

rozwijać razem z naszymi pracownikami. Zachęcamy pracowników Bacardi do wspierania organizacji charytatywnych i uczestniczenia w ważnych dla społeczności lokalnych wydarzeniach w czterech szeroko pojętych obszarach:

- Kultura i sztuka
- Edukacja
- Środowisko naturalne
- Zdrowie człowieka i pomoc społeczna

Wszystkie darowizny na cele charytatywne i formy wsparcia muszą być oferowane we właściwy sposób. W szczególności nie powinny być postrzegane jako źródło konfliktów interesów i wpływów lub jako sposób na wspieranie partii politycznych i funkcjonariuszy publicznych.

Kliknij tutaj, aby uzyskać dostęp do Polityki darowizn na cele charytatywne i sponsoringu oraz zrozumieć wymogi w zakresie ich zatwierdzania

3 PRZESTRZEGANIE PRAWA, ZASAD I REGULACJI

Pracownicy Bacardi są zobowiązani do przestrzegania wszystkich obowiązujących przepisów, zasad i regulacji obowiązujących w krajach, w których prowadzimy działalność. W państwach, gdzie kodeksy i praktyki branżowe są obowiązujące z mocy prawa lub w oparciu o umowy dotyczące samoregulacji, pracownicy muszą również przestrzegać takich kodeksów i praktyk. Wszelkie pytania dotyczące przepisów lub kodeksów należy kierować do przełożonego, zespołu kierowniczego lub działu prawnego/zgodności. Pamiętaj, aby nie podejmować żadnych czynności, co do których wiesz lub powinieneś wiedzieć, że naruszają obowiązujące przepisy, regulacje lub kodeksy.

Praktyki biznesowe

Uczciwa konkurencja

Przepisy dotyczące ochrony konkurencji (często nazywane przepisami antymonopolowymi) zakazują podejmowania działań ograniczających konkurencję na rynku. Prawa te mogą różnić się w poszczególnych krajach, ale niektóre podstawowe zasady są dla nich wspólne. Bacardi wspiera konkurencję biznesową i uczciwie konkuruje na wszystkich rynkach.

Aby chronić siebie i Firmę, musisz zapoznać się z lokalnymi przepisami, zasadami i regulacjami dotyczącymi ochrony konkurencji oraz zwracać się o poradę w razie wątpliwości, ponieważ przepisy te są skomplikowane i mogą się zmieniać. Przestrzegaj następujących zasad:

- Nie uzgadniaj z konkurentem działań, których celem lub skutkiem jest ograniczenie uczciwej konkurencji, ani na piśmie ani ustnie.
- Nie udostępniaj konkurentom żadnych planów marketingowych, dystrybucyjnych, promocyjnych ani cenowych związanych z działalnością Firmy.
- Nie staraj się uzyskać ani nie przyjmuj poufnych informacji od konkurentów.

Kliknij tutaj, aby zobaczyć więcej przykładów na temat zachowań antykonkurencyjnych i dowiedzieć się, co zrobić, kiedy jesteś ich świadkiem

Praktyki dystrybucyjne

Na wielu rynkach obowiązują przepisy, regulacje i kodeksy (często nazywane „zasadami praktyki handlowej”) dotyczące dystrybucji, promocji i sprzedaży naszych produktów na rynkach lokalnych.

Zasady praktyki handlowej regulują sposób, w jaki dostawcy alkoholu tacy jak Bacardi mogą prowadzić sprzedaż i działania promocyjne związane z handlem i konsumentami. Mogą one regulować kanały dystrybucji (w tym dystrybucję w internecie) i ograniczać rodzaj wartości (np. terminale płatnicze, zachęty, urządzenia wystawowe lub inne), które możemy zapewnić klientom handlowym. Mogą również określać sposób obsługi warunków faktury, a także wiek kupujących.

Musisz upewnić się, że nasze działania i czynności podejmowane przez naszych dystrybutorów są zgodne z odpowiednimi zasadami praktyki handlowej. To samo dotyczy naszych agencji reklamowych i innych usługodawców.

Ochrona środowiska, bezpieczeństwo i higiena pracy

Dokładamy wszelkich starań na rzecz ochrony zdrowia i bezpieczeństwa wszystkich pracowników. Nasza strategia zrównoważonego rozwoju ma na celu zmniejszenie wpływu naszych działań na cały nasz łańcuch wartości, obejmujący wszystkich naszych pracowników i dostawców. Naszym celem jest osiągnięcie najlepszych w naszym segmencie wyników w zakresie ochrony środowiska i bezpieczeństwa.

Pracownicy odgrywają kluczową rolę w zapewnianiu bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy. Wszyscy musimy dołożyć swoją cegiełkę do budowania kultury zrównoważonego rozwoju i bezpieczeństwa.

Firma zabrania używania broni palnej w swoich biurach i zakładach produkcyjnych. Posiadanie lub branie narkotyków w miejscu pracy będzie traktowane jako poważne naruszenie obowiązków służbowych.

Kliknij tutaj, aby dowiedzieć się, co zrobić, kiedy znajdziesz się w sytuacji, która może stworzyć niebezpieczne warunki pracy i aby przeczytać Globalną politykę BHP

Sankcje gospodarcze

Sankcje gospodarcze to restrykcyjny środek podejmowany przez jakiś kraj, grupę krajów (np. Unię Europejską) lub organizację międzynarodową (np. ONZ), którego celem jest ograniczenie, a czasem nawet zakaz kontaktów handlowych z określonymi krajami, podmiotami lub osobami.

Bacardi musi przestrzegać wszystkich międzynarodowych i krajowych sankcji, w związku z czym wdrożyliśmy w Firmie specjalne mechanizmy, które nam w tym pomagają. W ramach tych środków pracownicy muszą zawsze przeprowadzić weryfikację due diligence stron trzecich przed zatrudnieniem ich przez Bacardi w krajach objętych sankcjami

Kliknij tutaj, aby uzyskać dostęp do wytycznych i programu szkoleniowego dotyczącego sankcji handlowych oraz dowiedzieć się, gdzie można uzyskać wsparcie w zakresie weryfikacji due diligence stron trzecich.

Wykorzystywanie informacji poufnych i zgodność z prawem dotyczącym obrotu papierami wartościowymi

Bacardi jest prywatną firmą rodzinną, której akcje zwykle nie są przedmiotem obrotu publicznego ani nie są rejestrowane. Niemniej jednak Bacardi ma znaczne zobowiązania dłużne, w tym obligacje, które są sprzedawane inwestorom zewnętrznym i mogą być przedmiotem obrotu giełdowego. Informacje Bacardi mogą mieć wpływ na obrót akcjami lub obligacjami Bacardi, dlatego należy zachować ostrożność podczas udostępniania istotnych informacji o Firmie przed ich upublicznieniem.

Nigdy nie wolno kupować ani sprzedawać papierów wartościowych Bacardi w oparciu o niepubliczne informacje uzyskane w trakcie zatrudnienia lub w wyniku niewłaściwego ujawnienia. Ta sama zasada odnosi się do zakupu papierów wartościowych innych przedsiębiorstw przez pracownika lub jego krewnych na podstawie niepublicznych informacji uzyskanych od pracownika Bacardi.

Działania antykorupcyjne

Korupcja obejmuje łapówki, nielegalne prowizje, płatności ułatwiające przebieg sprawy lub inne formy przekupstwa, które skutkują osiągnięciem prywatnej korzyści przez odbiorcę lub jego współpracowników i mają na celu wywieranie na nich wpływu. W Bacardi nie tolerujemy korupcji. Zobowiązujemy się do przestrzegania najlepszych światowych praktyk i przepisów antykorupcyjnych obowiązujących w krajach, w których prowadzimy działalność. Oczekujemy, że nasi partnerzy biznesowi i ich przedstawiciele, w tym brokerzy, agenci, konsultanci, dystrybutorzy lub usługodawcy, będą w pełni przestrzegać stanowiska Firmy. Zakaz korupcji dotyczy działań względem funkcjonariuszy publicznych lub pracowników sektora prywatnego podmiotu współpracującego z Bacardi.

Kliknij tutaj, aby przeczytać więcej o „sygnałach ostrzegawczych”, poznać definicję funkcjonariusza publicznego i dowiedzieć się, co zrobić, kiedy znajdziesz się w sytuacji korupcyjnej. Zapoznaj się także z Polityką antykorupcyjną Bacardi i Polityką dotyczącą podróży służbowych i rozrywki biznesowej (T&E) Bacardi

Odpowiedzialność społeczna i praktyki marketingowe

Bacardi angażuje się w praktyki marketingowe i reklamowe promujące odpowiedzialną i bezpieczną konsumpcję napojów alkoholowych przez osoby pełnoletnie. W tym celu dążymy do tego, aby nadal podtrzymywać nasze znakomite wyniki w zakresie zgodności z kodeksami marketingowymi w skali regionalnej i globalnej oraz aby współpracować z innymi graczami na rynku celem zmniejszenia szkodliwych skutków spożywania alkoholu.

Od pracowników Bacardi oczekuje się odpowiedzialnej konsumpcji napojów alkoholowych, szczególnie w związku z wszelkimi działaniami realizowanymi w imieniu Bacardi.

Kliknij tutaj, aby przeczytać powiązane wytyczne: „Spoleczna odpowiedzialność za marketing jako część szerszego Programu Odpowiedzialności Korporacyjnej”; 9 zasad Bacardi Limited w zakresie społecznie odpowiedzialnego marketingu; Globalne wytyczne Bacardi w zakresie technologii cyfrowych; Globalne zasady i wytyczne dotyczące marketingu

Nielegalny handel

Dokładamy wszelkich starań, aby chronić nasze marki przed wszelkimi formami nielegalnego handlu, jakimi jest produkcja, import, eksport lub sprzedaż towarów z naruszeniem odpowiednich przepisów i regulacji. Nasze działania w tym zakresie skupiają się wokół handlu transnarodowego, przemytu i podrabianych lub nielegalnych produktów.

Pracownikom nie wolno pod żadnym pozorem zarządzać ani angażować się w nielegalny handel. Jeśli dowiesz się o fałszowaniu naszych produktów lub kontrabandzie, musisz zgłosić to swojemu przełożonemu i lokalnemu radcy prawnemu Bacardi.

Kliknij tutaj, aby dowiedzieć się więcej o różnych formach nielegalnego handlu

Relacje z dostawcami i partnerami biznesowymi

Dostawcy i partnerzy biznesowi są wybierani w sposób bezstronny i obiektywny, w oparciu o kryteria merytoryczne, które obejmują reputację, uczciwość, wydajność i jakość. Oczekujemy od naszych dostawców i partnerów biznesowych przestrzegania prawa, stosowania etycznych praktyk biznesowych i postępowania zgodnie ze standardami Bacardi w zakresie uczciwości, jakości i wydajności.

Kliknij tutaj, aby dowiedzieć się więcej o procesie zakupów: *Polityka zakupów pośrednich; Polityka zakupów bezpośrednich; Lokalne procedury w zakresie zatwierdzania i podpisywania umów*

Wsparcie i działalność polityczna

Bacardi zachęca wszystkich pracowników, aby świadomie uczestniczyli w wybranych przez siebie procesach politycznych. Taki udział musi jednak mieć charakter prywatny (tzn. nie może być powiązany z Firmą), odbywać się na koszt pracownika i w jego prywatnym czasie. W przypadku, kiedy wspieranie działalności politycznej przez firmy jest prawnie zabronione, nasi pracownicy nie mogą przekazywać darowizn w imieniu Bacardi, ani nie wolno im wykorzystywać obiektów i zasobów Bacardi (w tym poczty e-mail) lub czasu w pracy w celu agitowania lub zbierania funduszy na cele polityczne.

W takich okolicznościach, jeżeli pracownik chce kandydować na stanowisko publiczne musi powiadomić o tym swojego przełożonego i przedstawiciela działu kadr.

Kliknij tutaj, aby dowiedzieć się, co jest dozwolone w jurysdykcjach, w których pewne działania polityczne mogą być zgodnie z prawem podejmowane przez firmy lub grupy pracowników.

4 WSPÓLPRACA Z ORGANAMI WŁADZY I MEDIAMI

Zapytania i kontrole organów władzy

Bacardi dokłada wszelkich starań na rzecz pełnej współpracy podczas zapytań i postępowań wyjaśniających prowadzonych przez organy rządowe.

Jeśli otrzymasz zawiadomienie dotyczące możliwego postępowania urzędowego dotyczącego naszej Firmy, musisz natychmiast poinformować o tym swojego przełożonego i radcę prawnego Bacardi. W przypadku niezapowiedzianych wizyt lub kontroli przeprowadzanych przez funkcjonariuszy publicznych, należy niezwłocznie powiadomić o tym lokalnego przedstawiciela działu kadr, radcę prawnego Bacardi lub dyrektora generalnego.

Relacje z mediami

Komunikacja zewnętrzna dotycząca wyników i organizacji wewnętrznej firmy, komunikaty prasowe na temat kwestii handlowych, korporacyjnych i markowych, wywiady dla mediów lub wszelkie inne komunikaty skierowane do odbiorców zewnętrznych realizowane przez jakąkolwiek funkcję/osobę w firmie muszą być odpowiednio zatwierdzone i podpisane przed wydaniem.

Kliknij tutaj, aby dowiedzieć się, jakie zgody są potrzebne przy publikowaniu komunikatów medialnych i przeczytać Politykę globalnej komunikacji korporacyjnej Bacardi Limited

Zobacz także rozdziały: WYKORZYSTYWANIE INFORMACJI POUFNYCH W OBRODZIE PAPIERAMI WARTOŚCIOWYMI i OCHRONA INFORMACJI BIZNESOWYCH

5 SŁUŻYMY WSPARCIEM!

Standardy określone w niniejszym Kodeksie nie mają wyczerpującego charakteru i nie zastępują szczegółowych regulaminów Firmy i lokalnych przepisów lub bardziej rygorystycznych lokalnych kodeksów podmiotów zależnych Bacardi. Kodeks określa standardy minimum.

Przestrzeganie Kodeksu ma kluczowe znaczenie dla naszego sukcesu i będzie ściśle egzekwowane. Jeśli nie masz pewności, co zrobić w danej sytuacji, zachęcamy do skontaktowania się z przełożonym lub przedstawicielem działu kadr lub zespołem ds. zgodności. Zadaniem zespołu ds. zgodności jest wspieranie pracowników w codziennym stosowaniu Kodeksu, a także wdrażanie programów zgodności, prowadzenie postępowań wyjaśniających potencjalne niezgodności oraz przekazywanie okresowych sprawozdań Komisji zgodności.

Globalny specjalista ds. zgodności

Globalny specjalista ds. zgodności kieruje pracami działu zgodności i ponosi ogólną odpowiedzialność za zarządzanie kwestiami zgodności.

Komisja zgodności

Komisja zgodności jest stałą podkomisją Globalnego zespołu kierowniczego, w skład którego wchodzi dyrektor administracyjny, starszy wiceprezes ds. kadrowych, główny radca prawny i globalny specjalista ds. zgodności.

Cele Komisji to: (i) nadzór realizacji przez Firmę programów, zasad i procedur zgodności w celu zarządzania ryzykiem na obszarze zgodności w Firmie; (ii) wspieranie Komisji rewizyjnej przy Zarządzie w realizacji jej obowiązku nadzorczego nad programami zgodności i etyki Firmy. Komisja zgodności przekazuje okresowe raporty wyższemu kierownictwu i Komisji rewizyjnej.