

LETTERA DAL NOSTRO CEO

Cari colleghi e care colleghe,

noi di PMI siamo uniti dall'obiettivo comune di realizzare una trasformazione radicale del business aziendale. È un momento particolarmente emozionante per PMI e sono orgoglioso di avere l'onore di guidare la società verso la realizzazione della nostra visione di un futuro senza fumo.

Come sapete, imprese ambiziose come questa non sono prive di difficoltà: ogni trasformazione implica assumere rischi, affrontare incertezze e, talvolta, accettare fallimenti. Fortunatamente, noi di PMI siamo anche, e soprattutto, uniti dall'impegno comune verso la compliance, l'etica e l'integrità, impegno che è formalmente documentato nella Guida al Successo, il nostro Codice di Condotta.

Nel nostro impegno di trasformazione di PMI e non solo, è fondamentale, di fronte alle sfide che ci troviamo ad affrontare, continuare ad ispirarci ai nostri valori fondamentali di onestà, rispetto e correttezza. Scendere a compromessi sui nostri valori fondamentali può avere conseguenze gravi: rischiamo di perdere la fiducia reciproca che ci siamo guadagnati, la fiducia dei nostri consumatori, dei nostri interlocutori e delle nostre comunità. Ci aspettiamo quindi di raggiungere risultati eccezionali esclusivamente nel rispetto della lettera e dello spirito delle leggi e delle normative vigenti, delle nostre politiche interne e dei nostri valori.

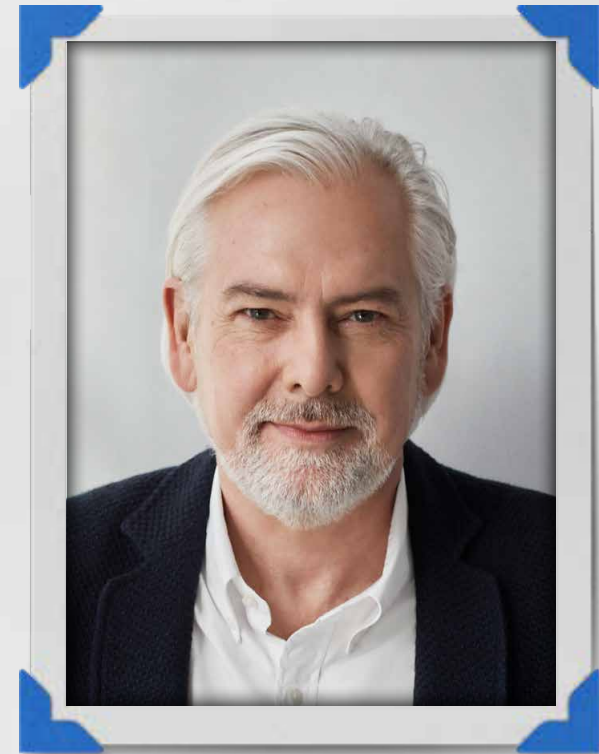
Questo Codice di Condotta illustra i nostri principi e presenta le regole e le linee guida alle quali tutti ci dobbiamo attenere in PMI. Per qualsiasi domanda o dubbio sul Codice di Condotta non esitate a contattare il vostro manager oppure i vostri referenti aziendali di P&C o di Ethics & Compliance.

Grazie per il costante impegno che dimostrate in PMI nei confronti dei valori di compliance, etica ed integrità.

Un cordiale saluto,



Jacek Olczak



SOMMARIO

Lettera dal nostro CEO

02 Le idee fondamentali

Le nostre prassi

- 06 Parlare apertamente
 - 08 Integrità sul posto di lavoro
 - 10 Marketing e vendite
 - 12 Concorrenza
 - 14 Anticorruzione e anticoncussione
 - 16 Protezione dei dati
 - 20 Documentazione e comunicazioni aziendali
 - 22 Integrità scientifica
 - 24 Aspetti fiscali e commerciali
 - 26 Conflitti d'interesse, regali e forme d'intrattenimento
 - 28 Responsabilità nella Supply Chain
-

30 Responsabilità del supervisore

32 Applicabilità e deroghe



LE IDEE FONDAMENTALI



LE IDEE FONDAMENTALI

Cosa facciamo

Riflettiamo prima di agire. Le nostre decisioni devono durare nel tempo. Prima di prendere una decisione definitiva, ci chiediamo se ciò che stiamo pianificando risponde al “modus operandi di PMI”, se è in linea con:

i principi etici,

questa Guida e

le disposizioni di legge.

Non accettiamo alcun tipo di compromesso riguardo a questi elementi fondamentali. Talvolta le leggi possono sembrare prive di senso, a volte le contestiamo, ma le osserviamo sempre e comunque. La concorrenza potrebbe ispirarsi a standard inferiori, ma questo non ci impedisce di aderire ai nostri standard. È altrettanto importante capire che le regole non sono sufficienti, giacché esse non sostituiscono la necessità di ispirarsi a validi principi etici.

LE IDEE FONDAMENTALI

Come lo facciamo

Operare ispirandosi a validi principi etici significa agire con onestà, rispetto e correttezza. Questi valori etici condivisi fanno parte del "modus operandi di PMI". Essi ci tengono uniti, ci guidano nel nostro ruolo di dipendenti di PMI e costituiscono un elemento centrale di questa Guida.

Onestà. Alla fine è una questione di credibilità: le persone all'interno o all'esterno dell'Azienda possono e devono credere in noi? Alle parole facciamo seguire i fatti? Per dire un'ovvietà, nessuno vuole lavorare, ricevere consigli o acquistare prodotti da qualcuno che travisa i fatti o cerca comunque di ingannare le persone. Sappiamo che la fiducia si conquista agendo senza nulla da nascondere.

Rispetto. Tutte le persone meritano rispetto, e lo stesso vale per le idee. Il rispetto è una questione di dignità, accettazione, empatia e compassione. Il confronto animato, la contestazione e perfino il conflitto sono veicolo di progresso se portati avanti con rispetto, ma sono distruttivi in caso contrario.

Correttezza. Ciò che sembra corretto a una persona potrebbe non esserlo per altri. Agire con correttezza significa pensare a tutti coloro che sono coinvolti o interessati da una decisione. Agire con correttezza significa tenere conto di tutte le circostanze che riguardano le persone. In taluni casi, agire con correttezza richiede molta riflessione e un grande sforzo. È chiaro che l'incertezza non mancherà. L'applicazione iniqua delle regole rappresenta un comportamento scorretto, come lo è escludere le persone o le loro idee per motivi legati al genere, all'etnia, alla religione, all'orientamento sessuale o ad altri fattori di questa natura.

Ispirarsi a principi etici significa anche cambiare la propria visione. Il punto di vista degli altri è importante. I nostri clienti, colleghi e la collettività in generale hanno un interesse nelle cose che facciamo. Ciascuno deve poter riporre fiducia in quello che diciamo e in quello che facciamo. Prima di agire, ci chiediamo se le nostre azioni presentano un conflitto con i valori che le animano. Accettiamo il fatto che non tutti condivideranno tutto ciò che facciamo, ma sempre con la certezza che le nostre azioni siano improntate a principi di onestà, rispetto e correttezza.

LE IDEE FONDAMENTALI

Cosa dobbiamo ricordare

La vita reale può farci perdere di vista ciò che è ovvio. La pressione, la fatica e la routine sono tutti elementi che oscurano il nostro processo decisionale. Tutti ci distraiamo e tutti attraversiamo dei momenti in cui vediamo tutto rosa. Prima di agire è bene soffermarsi un attimo e riflettere se ciò che stiamo facendo rispecchia il "modus operandi di PMI": attenersi a questa Guida, osservare la legge e dimostrare un buon senso etico. C'è sempre tempo per riflettere prima di prendere una decisione definitiva.

Le regole non sostituiscono il buon senso. Le regole possono produrre un risultato contrario alla finalità che è alla base delle stesse. Il buon senso ci tutela da simili eventualità. Se una legge o una regola aziendale non hanno senso, è bene parlarne affinché sia possibile valutare un cambiamento. È necessario capire che fino a quando le cose non cambieranno dobbiamo uniformarci, anche nostro malgrado, perché il nostro rispetto per il principio di legalità è sincero.

Nessuno conosce tutte le risposte. Vero, a patto però che ci attiviamo per trovare le risposte migliori. In questo siamo uniti. Dobbiamo parlare delle scelte difficili con gli altri. Il buon senso è un'abilità che migliora attraverso il coinvolgimento degli altri e la considerazione del punto di vista degli altri. Dobbiamo ricordarci che non stiamo parlando soltanto di noi stessi come singoli, poiché quando ci rivolgiamo agli altri abbiamo la possibilità di aiutare tutti noi a evolvere e imparare.

Gli errori sono qualcosa di cui parlare, da cui imparare e da accettare. Tutti commettiamo degli errori. Gli errori sono perfino utili se le persone giuste sono a conoscenza di ciò che è accaduto e se vengono adottate delle misure correttive sulla base dell'esperienza maturata. Bisogna tuttavia capire che esiste una differenza tra commettere un errore e non tenere conto del modo in cui noi operiamo: ignorare la legge, questa Guida e i nostri valori etici condivisi. L'inosservanza ci pone tutti a rischio ed è qualcosa che qui non trova spazio.

PARLARE APERTAMENTE



PARLARE APERTAMENTE

Cosa facciamo

Quando qualcosa può essere migliorato o è sbagliato, interveniamo.

Se noti qualcosa di sbagliato, hai l'obbligo di segnalarlo. Quando riceve una segnalazione, l'Azienda ascolta e agisce. Farsi avanti per migliorare le cose è altrettanto importante. PMI supporta pienamente le persone che parlano apertamente in buona fede.

Come lo facciamo

Condividi le tue idee ed esperienze su come migliorare le cose. Se un requisito o un processo incidono negativamente sull'efficienza del tuo lavoro o risultano troppo complicati per la finalità perseguita, allora è bene dire qualcosa. Regolamenti e processi devono essere sensati e rendere più agevole il tuo lavoro. È doveroso farti avanti se hai l'impressione che non siano state intraprese azioni volte a tutelare l'Azienda da un potenziale rischio commerciale, legale o normativo.

Non esitare a fare domande quando le cose non sono chiare. PMI offre a tutti noi, a tutti i livelli dell'organizzazione, la possibilità di contattare colleghi in grado di rispondere a domande, risolvere problemi e fornire consigli. Se sei incerto sul da farsi, non esitare a chiedere – l'aiuto non mancherà.

Correggi gli errori. Gli errori accadono. Quando vengono commessi degli errori, correggerli fa parte del tuo e del nostro lavoro. Se qualcosa non ti sembra giusto, o se hai l'impressione che questa Guida, un "Principle & Practice" o la legge non vengano rispettati, hai l'obbligo di segnalarlo. Ignorare un potenziale problema di etica o di compliance può trasformare una questione di poco conto in un problema serio, danneggiando i tuoi colleghi e l'Azienda.

Cosa dobbiamo ricordare

Indaghiamo sulle segnalazioni di presunti comportamenti scorretti.

Il Dipartimento di Ethics & Compliance ha formato dipendenti di diversi reparti affinché indaghino sulle segnalazioni effettuate. Gli Standard d'indagine PMI disciplinano tutte le indagini in tema di etica e compliance. Inoltre, abbiamo posto in essere un programma di controllo di qualità post-indagine, al fine di garantire che il processo continui a essere equo, imparziale e improntato al rispetto.

Quando non sei sicuro di qualcosa, non esitare a chiedere. Se sei preoccupato di cosa potrebbe succedere qualora tu decidessi di segnalare un problema, parla con il management locale o con il Dipartimento di Ethics & Compliance. Entrambi sono in grado di esaminare le perplessità segnalate e rispondere ad eventuali tuoi quesiti riguardo alla procedura.

Come segnalare un problema

Ci sono diversi modi per segnalare un problema. Puoi rivolgerti:

- al tuo supervisore o al responsabile della tua divisione
- alle Risorse umane
- all'Ufficio Legale
- al Dipartimento di Ethics & Compliance:
 - + PMI.EthicsandCompliance@pmi.com
 - + al Direttore di Ethics & Compliance Regionale
 - + al Capogruppo di Ethics & Compliance

È disponibile anche una Compliance Helpline gestita da terzi, operativa 24 ore al giorno, sette giorni alla settimana e in tutte le lingue parlate in PMI.

Contatta la Helpline online o per telefono. I numeri locali da comporre sono riportati all'interno della propria intranet. Si accettano chiamate a carico del destinatario (+1 303-623-0588).

Puoi utilizzare la Helpline in modalità anonima, salvo il caso in cui tu chiami da uno dei pochi paesi in cui le leggi locali vietano questa prassi. Qualora tu abbia dei dubbi circa i limiti previsti per l'anonimato nella tua regione, contatta la Helpline o rivolgiti all'Ufficio Legale.

INTEGRITÀ SUL POSTO DI LAVORO



INTEGRITÀ SUL POSTO DI LAVORO

Cosa facciamo

Ci assicuriamo che l'ambiente di lavoro sia improntato a criteri di rispetto, inclusione e sicurezza.

Tutti noi dovremmo avere l'opportunità di contribuire e di raggiungere il successo in base ai meriti del nostro lavoro. Quando questo accade, tutti ne raccogliamo i benefici. Discriminazione, molestie e condizioni di lavoro non sicure sono scorrette; sono l'opposto del modo in cui svolgiamo le nostre attività.

SCOPRI DI PIÙ

PMI 2-C: Integrità sul posto di lavoro

PMI 8-C: Ambiente, salute, sicurezza e security

Come lo facciamo

Prendiamo tutte le decisioni relative ai rapporti di lavoro in base al merito.

Non limitiamo le opportunità delle persone di offrire il loro contributo o progredire per motivi legati ad aspetti quali età, responsabilità genitoriale, disabilità, appartenenza etnica, sesso, identità di genere, orientamento sessuale, religione, gravidanza o altre caratteristiche personali sensibili.

Le molestie nella nostra Azienda non sono tollerate. Tratta gli altri con rispetto.

Non tollerare comportamenti offensivi, umilianti o ingiuriosi. Abuso verbale, bullismo, avances sessuali indesiderate, intimidazione e comportamenti offensivi sono esempi di condotta scorretta. Naturalmente, anche la violenza e le minacce di violenza sono inaccettabili.

Fai della sicurezza una priorità. Proteggi te stesso e gli altri dagli infortuni attenendoti a tutte le norme in materia di salute e sicurezza emanate dall'Azienda e dalle Autorità preposte. Metti al corrente il Management di tutti gli incidenti e i mancati incidenti. È pericoloso, oltretutto vietato, lavorare sotto l'effetto di sostanze legittime o illegittime, tra cui alcool, droghe o farmaci. Non portare armi sul posto di lavoro o con te durante lo svolgimento di attività lavorative, salvo espressa autorizzazione concessa nel rispetto delle prassi aziendali.

Cosa dobbiamo ricordare

Fermati e ascolta. Alcuni comportamenti possono rivelarsi irrispettosi e determinare forme di esclusione, anche senza volerlo. Talvolta le persone inconsciamente offendono gli altri e mettono in una situazione d'imbarazzo l'Azienda soltanto perché non si fermano a riflettere sul modo in cui gli altri potrebbero sentirsi o reagire. Ad esempio, pensare di essere la persona più intelligente presente in sala — e comportarsi di conseguenza — e ritenere che gli altri non abbiano idee valide potrebbe essere una mancanza di rispetto e di comprensione nei confronti degli altri. Non solo queste persone potrebbero sentirsi offese, ma si rischierebbe anche di non cogliere spunti di riflessione importanti.

Talvolta le persone non parlano per timore o deferenza, ma si sentono comunque offese. Dobbiamo imparare a distinguere tra chi tollera ma soffre e chi effettivamente accoglie di buon grado un determinato atteggiamento o approccio. Dobbiamo relazionarci in modo corretto con gli altri, tenendo conto del messaggio che potremmo trasmettere attraverso le nostre reazioni e i nostri atteggiamenti. Se c'è qualcosa che non ci piace o se pensiamo che qualcuno ci abbia frainteso, dobbiamo dirlo e non aspettarci che gli altri indovino quello che proviamo o le nostre intenzioni.

Le persone devono sentirsi libere di esprimersi sul posto di lavoro.

La nostra attività trae beneficio da un'ampia serie di approcci e opinioni. Promuoviamo un ambiente di lavoro eterogeneo ed inclusivo, in cui tutti i dipendenti si sentono a loro agio. Abbiamo tutti esigenze e stili diversi e dobbiamo apportare i giusti comportamenti per adeguarci a queste differenze.

I nostri standard si applicano anche a contesti lavorativi fuori dall'Azienda. Sedi di lavoro remote, riunioni fuori sede, trasferte aziendali ed eventi sociali dei team sono tutti contesti correlati al lavoro. Ad esempio, le regole contro le molestie si applicano ai comportamenti esibiti in occasione di una festa di pensionamento fuori sede. In tutte le situazioni dovrai considerare il modo in cui il tuo comportamento può ripercuotersi sui colleghi e sulla reputazione dell'Azienda.

Rappresentanza dei lavoratori. Rispettiamo il diritto dei dipendenti di aderire o meno alle associazioni sindacali e di rappresentanza di propria scelta.

MARKETING E VENDITE



MARKETING E VENDITE

Cosa facciamo

Commercializziamo e vendiamo i nostri prodotti in maniera responsabile e soltanto a fumatori adulti.

I nostri marchi sono tra i più prestigiosi al mondo. Per sviluppare e mantenere il valore dei nostri marchi ci avvaliamo della nostra creatività e innovazione. Nel contempo, siamo consapevoli che i prodotti del tabacco comportano rischi per la salute dei consumatori.

Di conseguenza, svolgiamo esclusivamente attività di vendita e marketing responsabili.

SCOPRI DI PIÙ

PMI 4-C: Marketing e vendita di prodotti del tabacco con combustione

PMI 7-C: Regolamentazione, sviluppo e produzione di prodotti PMI

Buone prassi di conversione per IQOS

Come lo facciamo

Le attività di marketing e vendita sono indirizzate a persone adulte che fumano o consumano prodotti senza fumo. Gli adulti sono in grado di prendere una decisione informata riguardo al fumo o all'utilizzo di prodotti senza fumo. I nostri prodotti e le nostre attività di marketing e vendita sono rivolti a persone adulte che fumano o che sono passate a prodotti senza fumo. Il nostro ruolo di azienda leader nel settore del tabacco ci impone di fare la nostra parte nell'evitare che i minori utilizzino i nostri prodotti.

Informiamo i consumatori circa gli effetti sulla salute provocati dai nostri prodotti. Tutta la pubblicità e tutte le confezioni di beni di consumo destinate ai consumatori devono recare avvertenze sanitarie, anche se la legge non lo richiede.

Le attività di marketing devono essere svolte con onestà e precisione. Le informazioni o le rivendicazioni relative ai nostri prodotti presenti all'interno del materiale commerciale devono basarsi sui fatti. Le affermazioni relative alla salute presenti sui prodotti devono essere supportate da riscontri scientifici che rendiamo di pubblico dominio.

Rispettiamo la legge. Spesso le normative in materia di marketing e vendite sono complesse e richiedono assistenza per una corretta interpretazione. Se sei a conoscenza di attività che potrebbero risultare in conflitto con la legge o con le politiche aziendali, devi segnalarle.

Cosa dobbiamo ricordare

Tutte le attività di marketing passano per un processo di consultazione. Poiché dobbiamo uniformarci a uno standard molto alto, adottiamo un processo che abbina la fiducia e il rispetto per il giudizio e la creatività individuali a un'adeguata attività di analisi. Nell'analizzare le attività di marketing che vengono proposte, ci avvaliamo del supporto di persone che ricoprono ruoli diversi e che hanno maturato esperienze diverse.

I prodotti tradizionali e quelli senza fumo sono caratterizzati da differenze sostanziali. I nostri principi di base, espressi nel concetto "come lo facciamo", si applicano a tutti i prodotti, ma vengono posti in essere utilizzando regole e processi specifici per prodotti tradizionali e senza fumo. Ad esempio, il documento PMI 4-C si applica ai prodotti tradizionali, mentre le nostre buone prassi di conversione sono destinate ai nostri prodotti elettronici "heat-not-burn".

Veniamo giudicati anche per le attività condotte da terzi. Le attività di marketing e vendita spesso prevedono l'intervento di terzi, tra cui agenzie, organizzatori e coach. Le loro azioni si riflettono sulla nostra Azienda nella stessa misura delle nostre azioni. Se per lo svolgimento di attività di marketing e vendita ti avvali del contributo di terzi, dovrai informarli dei nostri principi e vigilare su qualsiasi situazione che possa compromettere i nostri valori o infrangere le norme e le pratiche aziendali.

CONCORRENZA



CONCORRENZA

Cosa facciamo

Prosperiamo in un mercato equo e competitivo.

Ci misuriamo sul mercato con vigore facendo leva sulla qualità del prodotto, sulle opinioni dei consumatori, sull'innovazione, sul prezzo e su altri fattori previsti dalle leggi sulla concorrenza. Sappiamo che un mercato competitivo favorisce sia il business, sia i consumatori.

Come lo facciamo

Agiamo indipendentemente dai nostri concorrenti. Non ipotizzare neanche lontanamente la possibilità di discutere o concordare il prezzo con i concorrenti o di affrontare con essi qualsiasi altro tema sensibile sotto il profilo della concorrenza. Qualora il tuo lavoro prevedesse l'interazione con un concorrente, chiedi l'ausilio dell'Ufficio Legale per sapere come comportarti in queste situazioni. Evita conversazioni che riguardino prezzi, lanci di prodotti, iniziative commerciali o altri temi sensibili sotto il profilo della concorrenza.

Non collaboriamo con partner commerciali per escludere rivali o danneggiare la concorrenza. Gli accordi con clienti e fornitori possono diventare un problema se escludono rivali o rendono economicamente più oneroso per i rivali competere sul mercato, oppure se danneggiano la concorrenza tra distributori, rivenditori o fornitori. Qualora vantiamo una quota rilevante del mercato, dobbiamo prestare particolare attenzione quando interagiamo con la catena logistica e commerciale.

Cosa dobbiamo ricordare

Fare la cosa giusta significa chiedere aiuto. La normativa sulla concorrenza è complessa e può risultare poco intuitiva. L'Ufficio Legale e il Management Aziendale sanno ciò che è appropriato per il tuo mercato e possono offrire assistenza. Prima di agire, chiediti se la tua decisione potrebbe apparire come una forma di collaborazione con la concorrenza o essere finalizzata ad escludere dei rivali o a rendere la loro presenza sul mercato più onerosa sul piano economico. In questo caso, dovrai chiedere chiarimenti al Management o ai colleghi dell'Ufficio Legale.

Qualsiasi interazione con la concorrenza può creare dei problemi di natura legale. Spesso l'approccio migliore è evitare contatti non necessari con la concorrenza, soprattutto se il ruolo che ricopri o le circostanze possono dare anche solo l'impressione che si affrontino temi relativi a prezzi, condizioni e iniziative commerciali o altri argomenti di natura concorrenziale. Se qualcuno inizia a parlare di questi argomenti, chiudi la conversazione. È bene che tutti coloro con i quali hai rapporti sappiano chiaramente che non sei disposto a partecipare a qualsivoglia tipo di accordo anticoncorrenziale. E quindi è necessario contattare immediatamente l'Ufficio Legale.

Il modo in cui operiamo sul mercato è importante quanto i risultati che otteniamo. Taluni modi con cui aumentare volumi e profitti semplicemente non rientrano nel nostro modo di fare business. Analogamente, raccogliere informazioni sulle attività dei nostri concorrenti non è necessariamente la cosa giusta da fare. Il tipo di informazioni e le modalità di raccolta spesso sono soggetti a limitazioni legali. Lavora assieme ai colleghi dell'Ufficio Legale per comprendere – e rispettare – le normative previste a livello locale.

ANTICORRUZIONE E ANTICONCUSSIONE



ANTICORRUZIONE E ANTICONCUSSIONE

Cosa facciamo

Non corrompiamo nessuno, in nessun posto, per nessun motivo.

La corruzione mina il principio di legalità e nuoce al generale benessere della società. Siamo consapevoli del fatto che rifiutandoci di partecipare ad attività corruttive potremmo avere maggiori difficoltà nello svolgere attività in taluni mercati, ma la corruzione è semplicemente inaccettabile in PMI.

La nostra posizione al riguardo è coerente e ferma: abbiamo dimostrato più volte come alla fine sia possibile raggiungere gli obiettivi aziendali senza ricorrere a queste scorciatoie inaccettabili.

SCOPRI DI PIÙ

PMI 14-C: Interagire con pubblici ufficiali e partner commerciali. Attività politica

Come lo facciamo

Non offrire o dare mai una tangente e non consentire ad altri di corrompere qualcuno per nostro conto. Dobbiamo procedere con estrema cautela quando offriamo qualsiasi cosa di valore (come denaro, regali, favori o forme d'intrattenimento) che potrebbe essere interpretata come un tentativo di influenzare in maniera inopportuna le azioni o le decisioni professionali di una persona. Utilizza il buon senso e, in caso di incertezza, consulta l'Ufficio Legale per capire cosa è possibile e non è possibile fare.

Non effettuare pagamenti agevolanti, anche se consentiti dalla legge locale o se è "consuetudine" nella società. I pagamenti agevolanti sono dei pagamenti di piccola entità o dei piccoli doni corrisposti a pubblici ufficiali per agevolare l'espletamento di una procedura o di un servizio di normale amministrazione. Se percepisci la necessità o avverti una pressione per effettuare pagamenti di questo genere, non procedere in tal senso. Dovrai, invece, contattare l'Ufficio Legale per conoscere il modo migliore di gestire la situazione.

Documenta tutte le cose di valore elargite a pubblici ufficiali. È opportuno che tu tenga sempre traccia dei regali e delle forme d'intrattenimento che elargisci a pubblici ufficiali. In questo modo saranno rispettati i requisiti legali relativi alla corretta tenuta dei libri e delle scritture contabili, contribuendo ad evitare ogni possibile percezione errata.

Cosa dobbiamo ricordare

Prima di offrire o elargire qualsiasi cosa di valore ad un pubblico ufficiale, devi conoscere quanto prescritto sia da PMI sia dalla normativa locale. Il comportamento che può risultare opportuno in un mercato potrebbe invece rivelarsi illegale o comunque inaccettabile in un altro. Ad esempio, offrire un pasto ad un pubblico ufficiale è illegale in alcuni paesi, mentre è prassi legittima e consueta in altri paesi.

Cosa fare nel caso in cui la tangente o il pagamento agevolante sembrano essere l'unica alternativa? Se ritieni che sia necessario corrispondere una tangente o se qualcuno esercita delle pressioni in tal senso, devi segnalarlo. Sarà compito dell'Azienda contattare le persone opportune per individuare il giusto percorso da seguire. Spesso siamo in grado di risolvere il problema contattando i livelli gerarchicamente superiori delle autorità governative o delle associazioni di categoria interessate. Nei casi in cui non siamo in grado di risolvere il problema nell'immediato, rinunciamo alle opportunità commerciali o rivediamo gli obiettivi prefissati.

La definizione di pubblico ufficiale può risultare sorprendente. Quando hai rapporti con pubblici ufficiali è necessario procedere con particolare cautela. Questo è dovuto al fatto che le leggi prevedono requisiti molto specifici in materia di rapporti con pubblici ufficiali. Tra i pubblici ufficiali figurano i dipendenti statali a livello nazionale e locale ed i candidati politici. Nella definizione potrebbero essere compresi anche i dipendenti di aziende a controllo statale, tra cui giornalisti che lavorano per una testata pubblica o addirittura il responsabile di una stazione di benzina statale.

I terzi devono attenersi alle nostre regole. Eventuali terzi che interagiscono con pubblici ufficiali per nostro conto devono rispettare le stesse regole che rispettiamo noi e devono astenersi dal corrispondere tangenti (direttamente o tramite intermediari).

PROTEZIONE DEI DATI



PROTEZIONE DEI DATI

Cosa facciamo

Proteggiamo i dati per motivi di natura concorrenziale, etica e legale.

Il più delle volte condividere le informazioni è una cosa positiva, ma in alcuni casi è semplicemente sbagliato. Rifletti sui dati che utilizzi e informati sugli obblighi specifici a cui siamo vincolati riguardo alla raccolta, al trattamento, alla conservazione e alla diffusione dei dati.

Come lo facciamo

Proteggi il vantaggio sulla concorrenza che ci siamo guadagnati attraverso il nostro duro lavoro. Se i dati determinano un vantaggio sulla concorrenza o se un concorrente volesse potervi accedere, allora è probabile che si tratti di dati commerciali sensibili che necessitano di tutela. Tra le informazioni di questo tipo figurano le specifiche relative a nuovi prodotti o nuove tecnologie, strategie di corporate affairs o di marketing, dati di ricerca, budget e altre informazioni di natura economica.

Tutela i nostri diritti di proprietà intellettuale.

Sono molti i modi in cui una buona idea può perdere il suo valore se non viene tutelata. Prima di condividere dati relativi alla nostra proprietà intellettuale con chiunque, compresi i partner, al di fuori di PMI, assicurati che siano state poste in essere misure di protezione adeguate. Lavora con l'Ufficio Legale per comprendere in che modo i diritti d'autore, i brevetti, i marchi commerciali e altri diritti di proprietà intellettuale tutelano il valore delle nostre idee e del nostro prodotto.

Rispetta le persone a cui appartengono i dati che raccogli e utilizzi.

È previsto che le affiliate di PMI raccolgano dati riguardanti le persone e li utilizzino per normali finalità aziendali (ad es.: risorse umane, marketing, ecc.), ma a patto che vengano rispettate le regole di base a tutela della privacy. Le principali regole da osservare sono:

- 1) **Specificare** una finalità di normale utilizzo aziendale chiara e legittima che non violi indebitamente la privacy delle persone alle quali appartengono i dati;
- 2) **Informare** le persone interessate in merito alla finalità;
- 3) **Utilizzare i dati in maniera corretta**, utilizzare soltanto i dati necessari al raggiungimento della finalità prevista ed eliminare i dati (o renderli anonimi) una volta conseguita la finalità;
- 4) **Porre in essere** tutele adeguate per prevenire gli accessi non autorizzati;
- 5) **Conservare i dati in maniera corretta** e consentire alle persone a cui i dati si riferiscono di accedervi, previa richiesta;
- 6) **Assicurare** che eventuali terzi siano tenuti a proteggere i dati nella stessa misura in cui siamo tenuti noi.

PROTEZIONE DEI DATI

Come lo facciamo (continua)

Non pratichiamo o agevoliamo attività di insider trading.

Potresti disporre di informazioni non di pubblico dominio che un investitore ragionevole potrebbe considerare rilevanti nel decidere se acquistare o vendere un titolo. Il buon senso e le leggi evitano che queste informazioni vengano utilizzate per acquistare o vendere titoli o per fornire "spunti" ad altre persone (coniuge, collega, amico, intermediario, ecc.) sulla base di tali informazioni. Il gruppo Corporate Secretary dell'Ufficio Legale è a disposizione per aiutarti a comprendere il significato di insider trading e dei temi correlati e per rispondere ad ogni tuo quesito.

Rispettiamo la confidenzialità e i diritti di proprietà

intellettuale altrui. Non sottrarre i segreti o le proprietà di altre persone, siano esse intellettuali o di altra natura. Questo principio si applica sia alle cose importanti, come il procedimento segreto di un'altra azienda, sia alle cose di rilevanza minore, come un'immagine protetta dal diritto d'autore scaricata da Internet.

Presta attenzione alle idee non sollecitate. Se qualcuno al di fuori dell'Azienda ti propone un'idea non sollecitata, contatta immediatamente l'Ufficio Legale prima di utilizzare o condividere l'idea. In questo modo si riduce il rischio che un terzo avanzi pretese su un'idea già nostra o ci accusi di avere rubato un'idea.



PROTEZIONE DEI DATI

Cosa dobbiamo ricordare

Che si tratti di dati riservati o meno, le attività che svolgiamo devono superare il test del buon senso etico, della legge e di questa Guida. È bene ricordare che benché sia imbarazzante perdere informazioni riservate, le informazioni di per sé non devono essere motivo di imbarazzo. Proteggiamo i dati per motivi di carattere commerciale, legale ed etico: non nascondiamo le cose che le persone hanno il diritto di sapere, per quanto esse possano apparire poco piacevoli.

La sconsideratezza è una delle cause principali della perdita di informazioni. A volte basta poco, come ad esempio il furto di un portatile o di una penna USB non protetti o una conversazione in treno su un argomento riservato. In altre occasioni, invece, possiamo essere spinti dal fervente desiderio di collaborare con partner esterni, prima ancora che siano state adottate opportune tutele per la protezione dei dati.

I metodi per sottrarre dati mutano in continuazione. La nostra tecnologia può contribuire a proteggere i dati, ma la vera difesa sei tu. Sii scettico. Accertati di conoscere chi hai di fronte e ricordati che spacciarsi per dipendenti di PMI è uno dei trucchi preferiti dai criminali per cercare di sottrarre cose che ci appartengono.

SCOPRI DI PIÙ

PMI 1-C: Gestione delle informazioni aziendali

PMI 3-C: Protezione dei dati personali

PMI 6-C: Diritti di proprietà intellettuale

PMI 17-C: Insider trading

PMI 18-C: Usare la tecnologia informatica

PMI 18-CG2: Linee guida sui social media

DOCUMENTAZIONE E COMUNICAZIONI AZIENDALI



DOCUMENTAZIONE E COMUNICAZIONI AZIENDALI

Cosa facciamo

Comunichiamo ispirandoci a principi di onestà, correttezza e rispetto.

La fiducia che il pubblico ripone in PMI è importante ai fini della sostenibilità a lungo termine della nostra attività. Per mantenere questa fiducia, tutte le nostre comunicazioni esterne, siano esse di carattere formale o informale, devono essere veritiere, appropriate e non fuorvianti. Ci ispiriamo agli stessi criteri anche per le nostre comunicazioni ed i nostri documenti interni.

SCOPRI DI PIÙ

PMI 1-C: Gestione delle informazioni aziendali

PMI 18-CG2: Linee guida sui social media

PMI 31-C: Comunicazioni esterne e dichiarazioni pubbliche

Come lo facciamo

I nostri bilanci sono veritieri e comprensibili. Gli investitori prendono decisioni in base a quello che diciamo. I nostri bilanci e gli altri dati finanziari che condividiamo con le Autorità ed il pubblico devono fornire un quadro comprensibile e completo delle nostre attività. Consulta l'ufficio competente per le relazioni con gli investitori prima di fornire a un membro della comunità degli investitori informazioni finanziarie o commerciali che non siano di dominio pubblico.

Rendiamo noto il nostro sostegno. Siamo trasparenti circa il ruolo che ricopriamo nello sviluppo di materiale volto a influire sulle decisioni programmatiche di interesse per l'Azienda. In tale concetto rientrano anche i risultati di lavori da noi finanziati sulle conseguenze per la salute provocate dai nostri prodotti, nonché i dati o le opinioni presentati da terzi per nostro conto, e da noi finanziati, al fine di influenzare le decisioni programmatiche. Se venire a conoscenza del nostro sostegno economico o coinvolgimento in un progetto o rapporto con qualcuno rappresentasse per qualcuno un fattore sostanziale per decidere riguardo ad aspetti pertinenti per l'Azienda, allora è altamente probabile che dovremmo renderlo noto.

Provvediamo ad una corretta tenuta dei libri e delle scritture contabili. La corretta tenuta dei libri e delle scritture contabili non si limita soltanto ai nostri bilanci. La divulgazione di qualsiasi informazione aziendale da parte dei dipendenti e dell'Azienda deve essere corretta, completa e tempestiva.

Conserviamo la documentazione prevista dalla legge e dall'Azienda. Tutte le affiliate sono in possesso di un piano di conservazione in cui viene indicato quale documentazione dovrai conservare e per quanto tempo. Questi piani assicurano che l'Azienda disponga delle informazioni di cui necessita per operare e, nel contempo, garantiscono il rispetto dei requisiti normativi. Qualora tu ricevessi una comunicazione legale di conservazione dovrai attenerti alle indicazioni in essa riportate e conservare tutti i documenti in essa descritti.

Cosa dobbiamo ricordare

Tutti noi rappresentiamo PMI. Benché soltanto un gruppo ristretto di noi sia stato formato e sia autorizzato a rilasciare dichiarazioni ai media, agli investitori, agli enti di governo o agli organismi scientifici, tutti noi interagiamo con il pubblico. Ricordati che le nostre comunicazioni sono improntate a criteri di onestà e che non rilasciamo affermazioni sui nostri prodotti correlate alla salute in assenza di riscontri scientifici, neanche a familiari e amici.

Gli stessi principi si applicano alle modalità con cui comunichiamo internamente. Sii onesto, corretto e completo nelle comunicazioni quotidiane. Accertati di essere comprensibile. Non confondere i fatti con le opinioni. Nel caso dovessi formulare un'ipotesi riguardo a un argomento, assicurati di chiarire che si tratta di un'ipotesi. A meno che non sia il tuo lavoro, non fare valutazioni legali od offrire opinioni legali quando scrivi.

L'utilizzo privato che fai dei social media non è sempre così privato. Non usare i tuoi social media privati per pubblicizzare o promuovere i nostri marchi tradizionali o senza fumo. Attieniti alle linee guida dell'Azienda relative all'utilizzo dei social media. Tieni presente che quello che dici attraverso i social media rappresenta una comunicazione pubblica e potrebbe essere interpretata come una dichiarazione aziendale anziché come una tua opinione personale, oppure potrebbe rivelare involontariamente informazioni aziendali riservate. Non dobbiamo fuorviare il pubblico o violare le leggi sugli investimenti e sulla riservatezza.

INTEGRITÀ SCIENTIFICA



INTEGRITÀ SCIENTIFICA

Cosa facciamo

Svolgiamo attività scientifiche a cui le persone possono attribuire valore e fiducia.

La nostra ricerca è finalizzata a offrire una migliore comprensione dei nostri prodotti. Un criterio che si applica all'intero ambito del nostro lavoro scientifico, svolto da noi e per noi. L'elemento centrale di questa sezione sono i nostri prodotti senza fumo, ma tutto il nostro lavoro scientifico deve essere rigoroso, trasparente e obiettivo.

La credibilità della nostra ricerca scientifica è fondamentale ai fini dell'accettazione dei nostri prodotti. Siamo consapevoli che, se non aderiremo alle best practice o ignoreremo i valori dell'integrità scientifica, il successo non arriverà.

Come lo facciamo

Sviluppiamo prodotti senza fumo utilizzando metodi scientifici multidisciplinari obiettivi. Ci ispiriamo agli standard vigenti e ai principi delle Good Laboratory Practices e Good Clinical Practices per quanto riguarda la progettazione degli studi, l'interpretazione dei dati e le valutazioni di carattere normativo. Intraprendiamo iniziative volte a sviluppare nuovi metodi qualora non ne esistano. Sfruttiamo la competenza dei nostri scienziati nell'ambito di una vasta gamma di discipline per soddisfare o superare i requisiti di autorità normative esigenti.

Il nostro controllo di qualità, unitamente ad altri processi, garantisce la correttezza e l'affidabilità dei dati. Disponiamo di una solida struttura di qualità per lo svolgimento della nostra ricerca sui prodotti senza fumo durante le fasi di sviluppo, valutazione e vigilanza post-lancio. Non prendiamo scorciatoie nello svolgimento del nostro lavoro scientifico. Ci assicuriamo che i risultati della nostra ricerca siano tracciabili e rilevabili.

Sollecitiamo la verifica esterna dei nostri risultati.

La nostra ricerca sui prodotti senza fumo viene pubblicata su riviste sottoposte a revisione tra pari e corroboriamo le nostre conclusioni scientifiche attraverso la condivisione pubblica dei nostri dati scientifici. Collaboriamo attivamente con ricercatori esterni e diamo seguito ai loro risultati.

Cosa dobbiamo ricordare

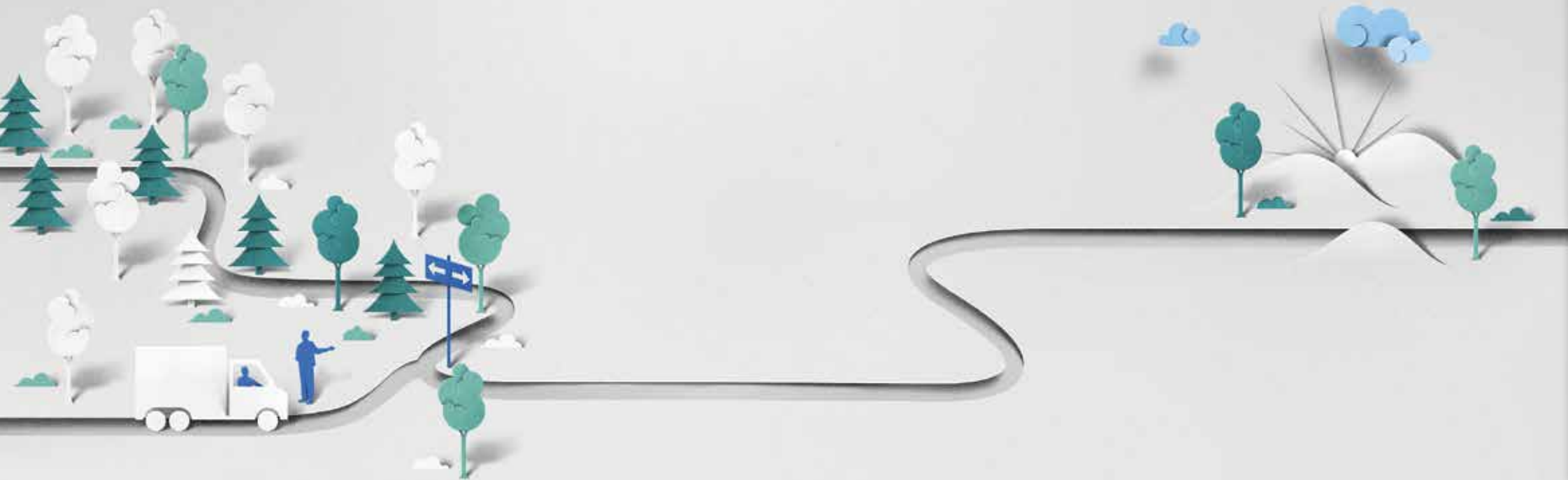
La nostra ricerca viene condotta senza la pressione di dover pervenire a risultati specifici.

Il nostro modo di lavorare incoraggia tutti i nostri scienziati ad agire in maniera indipendente e ad esprimersi liberamente riguardo a temi scientifici. Ogni persona che collabora a un progetto scientifico ha l'obbligo di segnalare potenziali comportamenti scientifici scorretti.

Le persone prendono decisioni importanti sulla base delle informazioni scientifiche che forniamo.

Prima di comunicare risultati scientifici, rilasciare dichiarazioni aziendali o fare affermazioni destinate ai consumatori, accertati di avere preso visione del nostro consolidato processo di revisione interna. Prima di rilasciare comunicazioni riguardo a temi scientifici, accertati di comprendere gli elementi scientifici sottostanti.

ASPETTI FISCALI E COMMERCIALI



ASPETTI FISCALI E COMMERCIALI

Cosa facciamo

Contribuiamo a prevenire la vendita illegale dei nostri prodotti e l'uso improprio delle nostre risorse aziendali.

Un vasto numero di fumatori in tutto il mondo preferisce le nostre marche rispetto a tutte le altre. Chiaramente questo è un aspetto decisamente positivo, che però al contempo rende ancora più incentivante per i criminali commerciare con i nostri prodotti attraverso il contrabbando, violando le leggi doganali o fiscali, oppure utilizzare la nostra Azienda per finalità di riciclaggio di denaro. Gli standard di PMI sono chiari: non giustificiamo, ignoriamo, agevoliamo o sosteniamo il contrabbando o il riciclaggio di denaro. Collaboriamo con le autorità governative per prevenire la vendita illecita dei nostri prodotti. La nostra credibilità sotto questo profilo dipende dalla nostra capacità di vigilare su qualsiasi attività o pratica che possa pregiudicare i nostri standard.

SCOPRI DI PIÙ

PMI 9-C: Conoscere i propri fornitori

PMI 10-C: Conoscere i propri clienti e divieto di vendita in luoghi non autorizzati

PMI 11-C: Forme di pagamento accettabili

PMI 15-C: Tassazione

Come lo facciamo

Abbiamo adottato delle prassi aziendali volte a prevenire lo sfruttamento criminale. Il riciclaggio di denaro è il processo con cui singoli soggetti od organizzazioni cercano di occultare la fonte di fondi illeciti o fanno apparire comunque legittima la fonte dei loro fondi illeciti. PMI si uniforma alle leggi antiriciclaggio attraverso procedure volte ad evitare il ricevimento di contanti o equivalenti valori monetari liquidi provenienti da ricavi frutto di attività criminali. Per prevenire il contrabbando, le nostre affiliate monitorano i volumi di vendita dei clienti e intervengono in caso di sospetta sottrazione illecita dei nostri prodotti.

Svolgiamo verifiche mirate sui nuovi potenziali clienti, fornitori e produttori terzi. Intratteniamo rapporti soltanto con coloro che condividono i nostri standard di compliance e integrità. Il Dipartimento Internal Controls dispone di procedure per individuare potenziali problemi con i partner commerciali. Ci assicuriamo costantemente di non intrattenere rapporti con paesi, regimi, organizzazioni o singoli che siano soggetti a sanzioni commerciali che siamo tenuti a rispettare. Queste verifiche devono essere effettuate prima di instaurare un nuovo rapporto professionale.

Rispettiamo le restrizioni antiboicottaggio. Ai sensi della legge statunitense, PMI ha l'obbligo di comunicare al governo USA eventuali richieste relative a boicottaggi stranieri contrari alla politica del governo USA, nonché di astenersi dal collaborare in ordine a tali richieste. I dipendenti non sono autorizzati ad intraprendere azioni, fornire informazioni o rilasciare qualsiasi dichiarazione che possa essere interpretata come partecipazione a un boicottaggio straniero illegittimo. Informazioni aggiornate sui boicottaggi internazionali vietati sono disponibili presso l'Ufficio Legale.

Cosa dobbiamo ricordare

Le procedure di identificazione della clientela (Know Your Customer) e gli standard fiscali e commerciali contribuiscono a velocizzare il tuo lavoro e a tenere tutti noi lontani dai guai.

La procedura aziendale con cui clienti e altri terzi vengono selezionati può sembrare un'attività gravosa e richiedere tempo, ma aiuta la nostra Azienda ad operare in maniera più efficiente e nel rispetto della legge. Gli Stati Uniti e altri paesi impongono delle restrizioni sui rapporti con una serie di paesi e con migliaia di singoli e l'elenco cambia ogni giorno. I nostri sistemi ci aiutano ad evitare violazioni e a raccogliere le informazioni di cui potremmo avere bisogno per rispondere ad eventuali richieste delle Autorità.

CONFLITTI D'INTERESSE, REGALI E FORME D'INTRATTENIMENTO



CONFLITTI D'INTERESSE, REGALI E FORME D'INTRATTENIMENTO

Cosa facciamo

Adottiamo decisioni eque e obiettive.

I conflitti d'interesse si verificano quando attività personali, sociali, finanziarie o politiche si sovrappongono alle responsabilità lavorative dei dipendenti. La maggior parte dei conflitti d'interesse riguarda rapporti personali, come ad esempio il caso di un parente stretto che lavora per un'azienda che cerca di instaurare un rapporto professionale con PMI. Le nostre decisioni di lavoro devono basarsi sempre su ciò che è meglio per PMI e non per noi personalmente. La presenza di un conflitto non costituisce necessariamente un problema. I nostri requisiti riguardo ai conflitti d'interesse promuovono un processo decisionale equo, prevedendo a tal fine l'obbligo di comunicare, analizzare ed eventualmente mitigare conflitti che possano influire sulla nostra obiettività professionale. Parimenti, le nostre regole in materia di regali e forme d'intrattenimento vietano di ricevere od offrire qualsiasi cosa che possa influenzare il giudizio professionale. Ciò significa che possiamo fare affidamento gli uni sugli altri perché vengano adottate decisioni valide, accrescendo così la nostra reputazione di azienda che opera ispirandosi a principi di onestà.

Come lo facciamo

Segnala potenziali conflitti d'interesse. La tua vita privata è privata. L'Azienda rispetta questo principio, ma ha bisogno di essere a conoscenza di eventuali situazioni in cui i tuoi interessi privati si sovrappongono alle responsabilità professionali. Dovrai rispettare l'obbligo di comunicare al Dipartimento di Ethics & Compliance potenziali conflitti d'interesse, anche se ritieni di poter gestire il problema senza aiuto. La maggior parte delle persone sovrastima la propria capacità di prendere decisioni obiettive quando si trova dinanzi a interessi personali conflittuali. Il modo migliore di mettere alla prova la tua obiettività è coinvolgere gli altri, i quali di norma riescono a trovare modi di mitigare il conflitto.

Non offrire regali o forme d'intrattenimento per compromettere il giudizio professionale di altri. Offrire regali e forme d'intrattenimento è un modo legittimo di creare rapporti professionali e mostrare stima. Tuttavia, regali e forme d'intrattenimento non devono essere utilizzati per influenzare l'obiettività delle persone con le quali intratteniamo rapporti professionali. I principi specifici sono riportati nella nostra procedura sui regali. Utilizza sempre il buon senso ed evita qualsiasi cosa che risulti eccessiva o inconsueta o che possa creare imbarazzo per i colleghi o l'Azienda. Non partecipare a forme d'intrattenimento di dubbio gusto o a sfondo sessuale. In generale, è necessaria l'approvazione aziendale per offrire regali il cui valore complessivo superi i 250 dollari (US\$) durante l'anno solare; le affiliate hanno la facoltà di fissare soglie più basse.

Non accettare regali o forme d'intrattenimento che possano influenzare la tua obiettività professionale. Non accettare oggetti che violano il regolamento aziendale in tema di regali o che possono creare imbarazzo per i colleghi o l'Azienda. Per accettare regali o forme d'intrattenimento al di sopra di una certa soglia durante l'anno solare potrebbe essere necessario ottenere l'autorizzazione aziendale. Pertanto, accertati di prendere visione delle relative prassi PMI o soglie vigenti a livello locale.

Cosa dobbiamo ricordare

La procedura per rendere noti i conflitti d'interesse è semplice, confidenziale e trasparente. L'Azienda mette a disposizione dei dipendenti una serie di strumenti semplici per rendere noti i conflitti d'interesse. In realtà, la maggior parte dei conflitti d'interesse riceve il benestare, con opportune condizioni per le persone coinvolte. Soltanto coloro che necessitano di essere al corrente dei fatti prenderanno visione della comunicazione relativa ad un tuo possibile conflitto d'interesse.

Chi è un parente stretto? Per "parente stretto" si intendono conviventi, genitori, genitori acquisiti, figli, figli acquisiti, fratelli e sorelle, fratelli e sorelle acquisiti, nipoti, zii, nonni, cognati e suoceri. Le regole relative ai parenti stretti si applicano anche alla persona con la quale si intrattiene un rapporto intimo personale. Contatta il Dipartimento di Ethics & Compliance per delucidazioni qualora non fossi sicuro se una persona rientra o meno nella definizione di "parente stretto".

Non applicare le regole riguardanti i regali a situazioni in cui non stai elargendo un regalo. Accertati di comprendere cosa si intende per regalo. Nei nostri rapporti con i responsabili addetti alla definizione delle politiche e con altri soggetti con cui interagiamo nell'ambito del lavoro che svolgiamo sui prodotti senza fumo, talvolta ci capita di lasciare un dispositivo o una quantità limitata di materiali di consumo che non sono destinati a uso personale ma piuttosto hanno finalità di sensibilizzazione o prova. Accertati di comprendere le regole che disciplinano questo tipo di oggetti.

Segnalare un conflitto d'interesse

Utilizza il nostro [form online](#) oppure contatta direttamente il Dipartimento di Ethics & Compliance. Informa il tuo supervisore, salvo il caso in cui ritieni che la questione debba rimanere privata.

RESPONSABILITÀ NELLA SUPPLY CHAIN



RESPONSABILITÀ NELLA SUPPLY CHAIN

Cosa facciamo

Siamo proiettati verso la crescita a lungo termine.

Una crescita a lungo termine dipende dalla sostenibilità dei nostri flussi logistici interni ed esterni. Stiamo riducendo l'impatto ambientale delle nostre attività e promuovendo la sostenibilità delle risorse naturali dalle quali dipendiamo.

Siamo sensibili nei confronti dei problemi legati al lavoro minorile ed al lavoro forzato e ci adoperiamo per risolverli. Queste azioni migliorano i nostri risultati aziendali e le vite delle persone nelle comunità in cui operiamo.

SCOPRI DI PIÙ

Codice delle Prassi del Lavoro Agricolo di PMI

PMI 8-C: Ambiente, salute, sicurezza e security

PMI 12-C: Erogazioni liberali

Principi di approvvigionamento responsabile di PMI

Come lo facciamo

Continuiamo a ridurre la nostra impronta di carbonio.

Ci poniamo obiettivi annuali, quinquennali e ventennali per ridurre l'impronta di carbonio della nostra catena logistica. Disponiamo di iniziative finalizzate alla sostenibilità nella produzione agricola, tra cui deforestazione, consumo energetico e idrico, riciclaggio ed emissioni di CO2. Rendiamo noti i nostri progressi su base annuale.

Ci adoperiamo per eliminare dalla nostra catena logistica il lavoro minorile, il lavoro forzato e altri abusi in materia di lavoro.

Non giustifichiamo il lavoro minorile o il lavoro forzato e non impieghiamo minori o ci avvaliamo di lavoro forzato nella nostra Azienda. Ci attiviamo presso gli agricoltori per porre in essere prassi agricole volte a migliorare la sostenibilità dei loro raccolti. Ci aspettiamo che gli agricoltori recepiscano i requisiti del nostro Codice delle Prassi del Lavoro Agricolo. Il nostro programma di beneficenza contribuisce a creare opportunità per le comunità rurali.

Ci aspettiamo che i nostri fornitori adottino i nostri principi di approvvigionamento responsabile in maniera diligente e trasparente.

PMI si adopera per svolgere le proprie attività in linea con i principi riconosciuti a livello internazionale in tema di diritti umani, gestione ambientale, integrità operativa e anticorruzione. Crediamo che attraverso gli sforzi congiunti con i nostri fornitori, volti a istituire una catena logistica più sostenibile, sia possibile offrire ampie opportunità per rafforzare i nostri rapporti commerciali e creare valore per le aziende del nostro gruppo.

Cosa dobbiamo ricordare

Collaboriamo con fornitori che condividono il nostro impegno in tema di compliance e integrità.

Le persone con le quali scegliamo di collaborare nella nostra catena logistica e il modo in cui partner e fornitori operano incidono sulla nostra reputazione e sulle nostre attività. Quando selezioniamo un nuovo fornitore o sottoponi un fornitore già esistente a nuova valutazione, accertati che essi comprendano i nostri principi e vigila su qualsiasi situazione che possa compromettere i nostri standard.

RESPONSABILITÀ DEL SUPERVISORE



RESPONSABILITÀ DEL SUPERVISORE

La cultura della nostra organizzazione influenza le nostre azioni.

Sono diversi i fattori che concorrono alla creazione della cultura aziendale. Ad esempio, il modo in cui collaboriamo tra di noi in quanto team, la reputazione di onestà che ci siamo guadagnati, la correttezza dell'organizzazione, il rispetto che mostriamo tra noi e nei confronti dei consumatori, le percezioni delle politiche aziendali, la pressione competitiva e perfino le voci di corridoio contribuiscono, nel bene e nel male, a formare la nostra cultura aziendale. Coloro ai quali l'Azienda affida un ruolo di supervisione hanno una responsabilità particolare nel definire la nostra cultura aziendale e l'ambiente di lavoro dei rispettivi team.

**Tutti i supervisori
devono
assicurarsi che i
loro team:**

Conoscano e recepiscano questa Guida e i Principles & Practices di PMI pertinenti al proprio ruolo.

Comprendano che questa Guida e i Principles & Practices di PMI vengono applicati in maniera equa e coerente.

Si sentano liberi di segnalare problemi di etica e compliance e si aspettino che l'Azienda presti ascolto alle loro perplessità.

Vedano che svolgiamo la nostra attività con integrità, dimostrando onestà, correttezza e rispetto.

Preservare la giusta cultura è molto più difficile che dire semplicemente ai dipendenti di attenersi alle regole. Soprattutto, richiede una leadership vera. Dimostra cosa significa agire con integrità. Conquista la fiducia del team parlando dei temi affrontati in questa Guida. Fai domande, ascolta e dai seguito alle loro parole.

Supervisionare gli altri richiede coraggio. Coerenza e credibilità camminano di pari passo. Ricordati che essere un leader non significa fare contenta la maggioranza o accontentare un componente del team particolarmente difficile. Bensì si tratta di ispirare gli altri a seguire, creando un senso di comunità, e affrontare le sfide in maniera costruttiva.

Se qualcuno si fa avanti per segnalare un sospetto comportamento scorretto, ricorda che questa persona sta facendo il suo dovere di dipendente e merita di essere trattata con rispetto. Evita di svolgere indagini in autonomia. Contatta immediatamente il Dipartimento di Ethics & Compliance, affinché l'Azienda possa analizzare il problema con obiettività.

La fiducia deve essere reciproca. Se ritieni che il tuo supervisore debba impegnarsi di più per rispettare la nostra cultura improntata all'etica e alla compliance, parlane direttamente con il supervisore o con altre persone all'interno dell'Azienda.

APPLICABILITÀ E DEROGHE

Questa Guida contiene delle disposizioni imperative che si applicano a tutti i dipendenti, dirigenti e amministratori di PMI e per chiunque svolga attività per nostro conto. Eventuali violazioni della presente Guida o dei Principles & Practices di Compliance possono comportare provvedimenti disciplinari che arrivano fino al licenziamento.

Non sono consentite deroghe a qualsiasi disposizione della presente Guida senza il consenso del Consiglio d'amministrazione.

La presente Guida si applica a Philip Morris International Inc. e alle sue controllate dirette e indirette, collettivamente Philip Morris International, PMI, o l'Azienda.

© Philip Morris International Management SA

