

3. vydání



KRÁSA ETIKY - ETIKA KRÁSY

OBSAH

3	L'ORÉAL SPIRIT	21	Zastupování společnosti
4	Předmluvy Jean-Paul AGON Emmanuel LULIN	22	Soukromí a ochrana dat
5	Výkonný výbor	24	Využívání zdrojů společnosti
6	Koho se tento Kodex týká?	25	Finanční a obchodní záznamy a boj proti praní špinavých peněz
6	Jak tento Kodex používat	26	Vnitřní obchody
7	MÁM OBAVY – MLUVÍME OTEVŘENĚ	27	Daně
8	Společná práce	28	RESPEKTUJEME NAŠE ZÁVAZKY JAKO ZAMĚSTNAVATEL
8	Respektujeme lidská práva	29	Zdraví, bezpečnost a zabezpečení
8	Respektujeme místní zákony a zvyky	30	Rozdílnost mezi lidmi
9	RESPEKTUJEME NAŠE ZÁVAZKY JAKO PODNIK	32	Obtěžování a šikana
10	Bezpečnost a kvalita výrobků	33	Sexuální obtěžování
11	Reklama a marketing	34	RESPEKTUJEME NAŠE ZÁVAZKY JAKO ODPOVĚDNÝ OBČAN
13	Výběr dodavatele a čestné jednání s dodavateli	35	Politická činnost a lobování
14	Hospodářská soutěž	36	Péče o životní prostředí
16	Konflikty zájmů	37	Veřejná činnost
18	Dary a požitky	38	ROLE MANAŽERA
19	Úplatky a finanční pobídky		
20	Důvěrné informace		

L'ORÉAL SPIRIT

Společnost L'ORÉAL si stanovila za cíl nabízet všem ženám a mužům na celém světě tu nejlepší inovativní kosmetiku z hlediska kvality, efektivitu i bezpečnosti. Naší ambicí pro nadcházející roky je získat více než miliardu nových zákazníků na celém světě tím, že vytvoříme kosmetické výrobky vyhovující nekonečné různorodosti jejich potřeb a tužeb na polí krásy. Naše identita a reputace vycházejí ze silných hodnot a etických principů. Našími hodnotami jsou zaujetí, inovace, podnikatelský duch, otevřená mysl, snaha o dokonalost a zodpovědnost. Našími etickými principy jsou integrita, respekt, odvaha a transparentnost.

JAKO PODNIK

Naší strategií je trvale investovat do výzkumu a vývoje. To umožní, aby naše značkové produkty pro spotřebitele byly inovační, vysoce účinné, praktické a příjemné pro použití a splňovaly nejnáročnější požadavky kvality a bezpečnosti. Vysoce si ceníme čestnosti a srozumitelnosti: naše reklamy zaměřené na spotřebitele jsou založeny na prokázaných výkonech a vědeckých údajích. Snažíme se budovat silné a dlouhodobé vazby s našimi zákazníky a dodavateli založené na vzájemné důvěře a prospěchu pro všechny zúčastněné strany. Respektujeme všechny hráče v našem obchodním prostředí, včetně konkurentů. Podnikáme bezúhonně: ctíme zákony zemí, ve kterých působíme a dodržujeme praxi dobrého podnikového řízení. Udržujeme vysokou úroveň účetnictví a výkaznictví a podporujeme boj proti korupci. Svým akcionářům poskytujeme dlouhodobou stabilní hodnotu ochranou a efektivním využíváním podnikových aktiv. Usilujeme o dokonalost a neustále se snažíme vylepšovat nejen své metody, ale i sebe sama.

JAKO ZAMĚSTNAVATEL

Naším cílem je, aby společnost L'ORÉAL byla výborným pracovištěm. Víme, že naši zaměstnanci jsou to nejcennější, co máme. Mají právo na bezpečné a zdravé pracovní prostředí: prostředí, které bude uznávat jejich talent a vážit si jejich zásluh, ctít jejich kulturní rozdíly, respektovat jejich soukromí a umožňovat jim dosažení rovnováhy mezi jejich pracovním a osobním životem. Věříme, že je důležité nabízet našim zaměstnancům stimulační prostředí, vzrušující osobní příležitosti a možnost něco změnit. Podporujeme atmosféru otevřenosti, odvahy, šlechetnosti a úcty. Naši zaměstnanci musejí vědět, že mohou směle předstoupit se svými dotazy, nápady a obavami.

JAKO ODPOVĚDNÝ OBČAN

Naší společenskou rolí je vytváření světa krásy a morálnosti. Jsme si vědomi našeho vlivu na životní prostředí, včetně biologické rozmanitosti a neustále se snažíme ho omezovat: nechceme ohrožovat budoucnost pro současný prospěch. Snažíme se pozitivně přispívat společností, ve kterých působíme, a respektovat místní kultury a citlivé oblasti. Jsme oddáni úctě k lidským právům. Chceme napomoci ukončení využívání dětské a nucené práce. Chceme konec testování na zvířatech v našem oboru a přispíváme k vývoji a přijímání alternativních metod. Aktivně vyhledáváme a preferujeme obchodní partnery, kteří sdílejí naše hodnoty a morální závazky.

Toto je duch naší práce: L'ORÉAL SPIRIT

PŘEDMLUVY

JEAN-PAUL AGON



Ve 21. století dosáhnou udržitelného růstu pouze společnosti, které do své firemní kultury, strategie a každodenního provozu integrují etiku.

Naší ambicí je být jednou z nejpříkladnějších společností na světě. Naš etický program je již nyní uznávaný a patříme díky němu v této oblasti mezi přední světové společnosti.

Jedním z pilířů nové společnosti L'ORÉAL je silný etický základ. Proto musíme zřetelně vymezit své závazky – jako podnik, jako zaměstnavatel i jako odpovědný občan.

Naše etické principy – integrita, respekt, odvaha a transparentnost – nám umožní setrvat společností, která budí důvěru.

Etický kodex platí pro nás všechny, ať pracujeme kdekoli a na jakémkoli projektu. Platí pro nové zaměstnance, pro pracovníky vedení i pro členy představenstva.

Etický kodex je dokument, ke kterému se budeme vracet, který bude inspirovat naše rozhodnutí a povede naše každodenní kroky.

Kodex si pozorně přečtěte. Uvedte ho v život. Předávejte ho dál. Respektujte ho a zajistěte, aby se jím řídili také vaši spolupracovníci.

Společnost L'ORÉAL potřebuje, aby každý šel příkladem.

JEAN-PAUL AGON

Chairman and Chief Executive Officer
Chairman of the L'ORÉAL Foundation

EMMANUEL LULIN

Náš Etický kodex je živý a sdílený dokument, jenž se zaměřuje na témata, která jsou pro naši kulturu loajality, vzájemné důvěry a solidarity zásadní. Jeho cílem je pomoci nám pochopit, co se od nás jako od zaměstnanců společnosti L'ORÉAL očekává, prostřednictvím obecných principů a řady příkladů z každodenní praxe.



Kromě tohoto dokumentu máte k dispozici také vyhrazenou intranetovou stránku (<http://ethics.loreal.wans>) a školení. Etičtí korespondenti z jednotlivých zemí nám pomáhají řídit se kodexem při každodenní práci.

Etické jednání je však základní povinností každého z nás.

Po řadu let se také setkáváme u příležitosti Dne etiky. Také díky rostoucí účasti se tento den stává klíčovým datem v kalendáři celé skupiny.

Všichni zaměstnanci a entity musí pracovat společně s úctou a otevřeností. Je třeba ctít názory jiných lidí. Měli bychom umět naslouchat druhým a podle potřeby sdílet informace, samozřejmě na základě platných pravidel o jejich důvěrnosti.

Etické otázky většinou nebývají jednoduché. Naše síla tkví v tom, že máme odvahu je řešit. Nenechávejte si takové otázky pro sebe: vyslovujte je nahlas a žádejte o rady.

Tento proces budeme vždy podporovat.

EMMANUEL LULIN

Senior vicepresident and Chief Ethics Officer

VÝKONNÝ VÝBOR



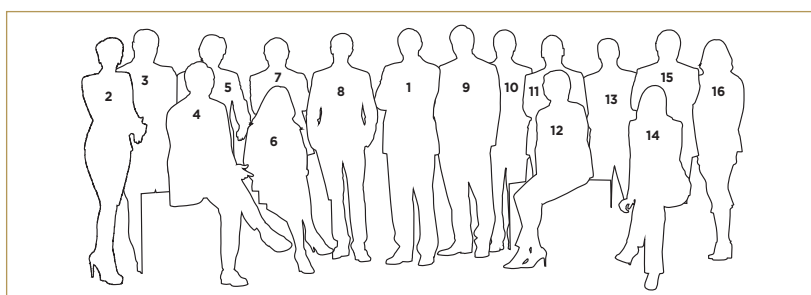
Chceme se řídit Etickým kodexem v každodenní práci. To je podstatné pro další úspěchy společnosti L'ORÉAL.

Etické zásady platí pro veškeré chování všech zaměstnanců skupiny L'ORÉAL po celém světě, na všech úrovních bez výjimky. Vztahují se na veškerou činnost společnosti L'ORÉAL od výzkumu, inovací a návrhu produktů po jejich výrobu a prodej, od lidských zdrojů po provozní oddělení, od správy a financí po udržitelný vývoj, od komunikace a veřejných záležitostí po digitální média.

Každý z nás je vyslancem společnosti L'ORÉAL a člen našeho společenství a měl by osobně přispívat k dodržování tohoto kodexu – jak důsledným dodržováním toho, co je psáno, tak osobním přijetím jeho zásad za své.

Je potřeba mít neustále na paměti, že:

- etické zásady stanovené tímto dokumentem nejsou dobrovolné: musíte je respektovat;
- působíte jako příklad pro ostatní: dobrá pověst společnosti L'ORÉAL a důvěra všech zainteresovaných stran závisí na každém z nás;
- budete hodnoceni nejen podle toho, co děláte, ale i podle toho, jak to děláte.



1- JEAN-PAUL AGON
Chairman and CEO
Chairman of the L'ORÉAL Foundation

Jean-Paul Agon

2- BARBARA LAVERNOS
Executive Vice-President
Operations

Barbara Lavernos

3- JOCHEN ZAUMSEIL
Executive Vice-President
Western Europe Zone

Jochen Zaumseil

4- ALEXIS PERAKIS-VALAT
Executive Vice-President
Asia-Pacific Zone

Alexis Perakis-Valat

5- JÉRÔME TIXIER
Executive Vice-President
Human Relations and
Advisor to the Chairman

Jérôme Tixier

6- ISABEL MAREY-SEMPER
Executive Vice-President
Communication,
Sustainability and Public
Affairs, General Manager
of the L'ORÉAL Foundation

Isabel Marey-Semper

7- MARC MENESGUEN
President Consumer
Products Division

Marc Menesguen

8- NICOLAS HIERONIMUS
President Selective
Divisions

Nicolas Hieronimus

9- CHRISTIAN MULLIEZ
Executive Vice-President
Administration and Finance

Christian Mulliez

10- LAURENT ATTAL
Executive Vice-President
Research and Innovation

Laurent Attal

11- ALEXANDRE POPOFF
Executive Vice-President
Eastern Europe Zone

Alexandre Popoff

12- BRIGITTE LIBERMAN
President Active Cosmetics
Division

Brigitte Liberman

13- GEOFF SKINGSLEY
Executive Vice-President
Africa, Middle East Zone

Geoff Skingsley

14- LUBOMIRA ROCHET
Chief Digital Officer

Lubomira Rochet

15- FRÉDÉRIC ROZÉ
Executive Vice-President
Americas Zone

Frédéric Rozé

16- AN VERHULST-SANTOS
President Professional
Products Division

An Verhulst-Santos

KOHO SE TENTO KODEX TÝKÁ?

Etický kodex se týká všech zaměstnanců skupiny společností L'ORÉAL a jejích dceřiných společností na celém světě. Týká se také všech ředitelů a členů výkonného výboru a vedení skupiny společností L'ORÉAL a jejích dceřiných společností na celém světě. Etický kodex se dále týká všech zaměstnanců a ředitelů Nadace L'ORÉAL. Termínem L'ORÉAL se v tomto dokumentu myslí všechny dceřiné společnosti skupiny L'ORÉAL a Nadace L'ORÉAL. Aby si Etický

kodex mohlo co nejvíce zaměstnanců přečíst ve svém mateřském jazyce, je momentálně dostupný v 45 překladových verzích. Referenčním dokumentem je jazyková verze v britské angličtině.

Etický kodex je veřejně dostupný na podnikových webových stránkách společnosti L'ORÉAL.

JAK POUŽÍVAT TENTO KODEX

Společnost L'ORÉAL působí v řadě zemí – s různými kulturami, zákony a politickými systémy.

Jako podnik i jako jednotlivci, kteří v něm pracují, musíme vždy dodržovat při plnění našich povinností zákony a nařízení zemí, ve kterých L'ORÉAL působí.

Uvědomujeme si, že některé situace nejsou snadné. Úkolem etiky je často rozsoudit střet zásad. Náš Etický kodex stanoví pro skupinu standardy v celé řadě „šedých zón“, kde je kromě dodržení zákona zapotřebí udělat další rozhodnutí.

Přečtěte si celý Kodex, abyste znali etická očekávání a standardy společnosti L'ORÉAL, a ponechte si kopii pro případ, že v budoucnosti budete mít nějaké otázky nebo obavy.

Žádný dokument samozřejmě nemůže předcházet a popsat každou situaci, k níž může dojít. Takže kdykoliv budete mít před sebou podobné rozhodnutí, položte si tyto otázky:

1. Je toto řešení v souladu s Etickým kodexem?
2. Je toto řešení zákonné?
3. Je to v souladu s našimi etickými principy integrity, respektu, odvahy a transparentnosti?
4. Jaký dopad může moje jednání mít na naše zainteresované strany a můžu své rozhodnutí ospravedlnit?
5. Nevadilo by mi, kdyby moje rozhodnutí bylo interně nebo externě zveřejněno?

Pokud jste na některou z těchto otázek odpověděli ne, nebo máte nějaké pochybnosti, **zlatým pravidlem** je poradit se s příslušnými osobami (svým vedoucím, interními experty, etickým korespondentem atd.) a **probrat záležitost otevřeně, než budete jednat (viz také kapitola „Mám obavy: Mluvíme otevřeně“).**

Etický kodex nenahrazuje žádnou z dosud zavedených strategií a zaměstnanci by měli nadále dodržovat všechny normy a pravidla stanovená pro jejich pracoviště. Tento kodex má být rámcem všech těchto strategií a standardů usnadňujícím pochopení logického základu jejich zdůvodnění.

Společnost L'ORÉAL si uvědomuje, že Etický kodex není vyčerpávající a že se jeho obsah může měnit.

L'ORÉAL si vyhrazuje právo Etický kodex kdykoli bez upozornění nebo s upozorněním změnit a provést jakékoli opatření, které bude považovat v dané situaci za vhodné, pokud to nebude v rozporu s etickými principy společnosti.



Společnost L'ORÉAL podporuje kulturu otevřenosti, kde zaměstnanci mohou otevřeně mluvit o svých obavách.

Podporujeme všechny zaměstnance v tom, aby vyjadřovali své názory, hájili své postoje a oznamovali nepřijatelné chování a požadavky.

Zaměstnanci mohou mít obavy týkající se určitých praktik a mohou potřebovat radu a pomoc při jejich řešení. Naší strategií je, aby každé hlášení nesprávného jednání ze strany společnosti, některého ze zaměstnanců i třetí strany, se kterou společnost jedná, bylo řádně prošetřeno a byla přijata odpovídající opatření, bez ohledu na to, koho se hlášení týká.

Normální cestou sdělování takových problémů je naše liniové vedení. Můžete se rovněž obrátit na vedoucího vašeho personálního oddělení nebo etického korespondenta. Ve vaší zemi mohou být také další možnosti, jako jsou zástupci zaměstnanců.

Za dodržování Etického kodexu odpovídá ředitel pro vaši zemi a v podnikových či oblastních divizích člen výkonného výboru skupiny, kterému podléháte. Tyto osoby můžete také kontaktovat.

Ve výjimečných případech, kdy není možné problém vyřešit běžnými kanály, můžete přímo kontaktovat vrchního ředitele pro etiku prostřednictvím zabezpečených webových stránek **www.lorealethics.com**.

Každý zaměstnanec, který poskytne informace v dobré víře, bude chráněn před postihem za jejich poskytnutí. Pokud bude mít zaměstnanec pocit, že se mu někdo mstí za ohlášení problému, musí to okamžitě oznámit prostřednictvím výše uvedených kanálů.

„Dobrá víra“ znamená, že zaměstnanec poskytne informace, o kterých se bude v daném okamžiku domnívat, že jsou úplné, upřímné a přesné, i kdyby se později mělo ukázat, že se mýlil.

V případě šetření zajistíme čestný proces a budeme respektovat zásadu důvěrnosti a presumpce neviny. Veškerá šetření budou v souladu s místní legislativou, především se zásadou čestného procesu.

Při šetření etické záležitosti mají všichni zúčastnění povinnost plně spolupracovat a na žádost ihned poskytnout veškeré informace a dokumenty.

Obviněná osoba bude informována o povaze vzneseného obvinění. Tyto informace nemusí být poskytnuty okamžitě, pokud bude například zapotřebí ověřit fakta, zajistit důkazy nebo kontaktovat příslušné úřady.

Veškeré poskytnuté informace budou sdíleny pouze s lidmi, kteří mají oprávněný důvod je znát, buď aby mohli zajistit, že bude problém řádně vyřešen nebo že budou provedena vhodná opatření.

Jednotlivci, který svou obavu vyslovil, poskytneme výsledky šetření ve vhodném rozsahu, a to tak, aby nedošlo k porušení zákonných požadavků nebo jiných záruk anonymity.

Veškerá obvinění, která se ukážou jako křivá nebo nebudou provedena v dobré víře, mohou vést k disciplinárnímu řízení.

SPOLEČNÁ PRÁCE

Ode všech zaměstnanců a společností očekáváme, že budou pracovat společně s úctou a otevřeností.

Podporujeme týmovou spolupráci a prosazujeme zásadu, že dělit se musíme o úspěchy i o prohry.

Všichni bychom se měli snažit ctít názory jiných lidí a uznávat jejich příspěvek ke společnému dílu. Měli bychom umět naslouchat druhým a podle potřeby sdílet informace, samozřejmě na základě pravidel důvěrnosti, které v naší společnosti platí.

Nerespektování ostatních, především v podobě urážlivého vyjadřování nebo nepatřičných gest či rasistických, diskriminačních nebo sexuálních poznámek, je nepřípustné. Znevažování kolegů je také v rozporu s hodnotami společnosti L'ORÉAL.

Takto budeme udržovat kulturu loajality, vzájemné důvěry, solidarity a respektu kulturních rozdílů v celém našem podniku.

RESPEKTUJEME LIDSKÁ PRÁVA

Máme závazek respektovat a podporovat lidská práva, především s ohledem na Všeobecnou deklaraci lidských práv z 10. prosince 1948 a Obecné zásady Organizace spojených národů v oblasti podnikání a lidských práv z 16. června 2011. V roce 2003 jsme podepsali iniciativu United Nations Global Compact a podporujeme Zásady posilování postavení žen OSN.

Působíme v celé řadě zemí a dáváme si pozor především na záležitosti zmíněné v základních úmluvách Mezinárodní organizace práce (zákaz dětské a nucené práce, respektování svobody sdružování), podporu rozmanitosti, práva žen, respektování práv lidí na využívání přírodních zdrojů a právo na zdraví.

RESPEKTUJEME MÍSTNÍ ZÁKONY A ZVYKY

L'ORÉAL si obzvláště zakládá na dodržování ducha i litery zákonů týkajících se standardů kvality, zdraví a bezpečnosti, pracovního práva, životního prostředí, korupce a praní špinavých peněz, ochrany dat, zdanění, přesného vykazování finančních i nefinančních údajů a čestné soutěže.

Společnost L'ORÉAL se snaží sdílet tyto zásady se svými obchodními partnery a zajistit, aby její partneři tyto zákony a nařízení také respektovali.

Měli bychom také zajistit, abychom všude, kde to bude možné, jednali s citlivým přístupem ke kulturním a společenským tradicím společenství, se kterými budeme v kontaktu.

Mohou nastat případy, kdy pokyny obsažené v tomto kodexu budou v rozporu s místními zvyklostmi v konkrétní zemi. Pokud by tomu tak bylo **a pokud by místní zákony nebo zvyky představovaly přísnější standard než pravidla kodexu, budou uplatněny místní zákony a zvyky. Pokud naopak budou pravidla tohoto kodexu přísnější než místní zákony, měla by být dodržována tato přísnější pravidla – pokud to ovšem nepovede k nezákonné činnosti.**

„Usilujeme o dokonalost a neustále se snažíme vylepšovat nejen své metody, ale i sebe sama.“

STRANA 10
Bezpečnost a kvalita
výrobků

STRANA 13
Výběr dodavatele a
čestné jednání
s dodavateli

STRANA 16
Konflikty zájmů

STRANA 22
Soukromí a ochrana dat

STRANA 27
Daně



BEZPEČNOST A KVALITA NAŠICH VÝROBKŮ

Bezpečnost a kvalita našich výrobků byla vždy nejdůležitější.

Dokonalý účinek, kvalita a bezpečnost našich výrobků dokládají naši oddanost a úctu k zákazníkům, která upevňuje jejich důvěru, posiluje dobrou pověst našich značek a zajišťuje společnosti L'ORÉAL vedoucí postavení v oboru. Usilujeme o to, aby na trh byly uváděny výrobky s prokazatelnou účinností a bezpečností zajištěnou velmi přísnými metodami hodnocení.

Každý zaměstnanec společnosti L'ORÉAL, který se podílí na vývoji, výrobě, marketingu a prodeji, by měl usilovat o dosažení maximální kvality našich výrobků, od koncepce po distribuci, a to i po uvedení na trh.

Musíme

- + dodržovat všechny národní i mezinárodní legislativní a regulační požadavky k zajištění souladu všech našich výrobků;
- + zajistit nejvyšší úroveň hygieny a přísnou kontrolu kvality v každé fázi, od vývoje produktu přes výrobní proces až po distribuci.
- + jestliže se dozvíme o stížnosti spotřebitele, požádat ho, aby kontaktoval příslušné spotřebitelské oddělení, a pokud se zdá, že stížnost se týká ohrožení zdraví nebo bezpečnosti, okamžitě informujeme svého nadřízeného nebo mezinárodní oddělení kosmetovigilance.

Nesmíme

- omezovat svobodnou výměnu názorů na bezpečnost produktů, aby žádný aspekt bezpečnosti nebyl opomenut;
- ignorovat jakékoliv potenciální pochybnosti týkající se bezpečnosti produktu, přípustných odchylek a kontroly kvality.
- odpovídat na otázky médií (včetně sociálních médií) o našich výrobcích, pokud k tomu nemáme oprávnění.

Je to etické?

1.1 - Pracuji na výrobní lince. Všiml jsem si několika vadných hotových výrobků. Jeden ze strojů je pravděpodobně zdrojem snížené kvality výroby. Víím, že bychom měli výrobu zastavit, pokud se tak stane, ale můj nadřízený to neudělal. Víím, že výrobní plán je velmi nabitý. Mám věřit, že ví, co dělá, když závadu ignoruje?

Společnost L'ORÉAL má zavedeny kontroly kvality v každé fázi výrobního procesu pro zajištění nejvyšší kvality produkce pro naše zákazníky. Kvalita je na prvním místě bez ohledu na výrobní plány. Bez váhání byste měl vadnou linku odstavit, sdělit problém vašemu nadřízenému a ve spolupráci s ním a se zbytkem vašeho pracovního týmu problém opravit, než budete pokračovat ve výrobě.

1.2 - Obdrželi jsme zprávu od jednoho dodavatele, že poslední dodávka surovin pro výrobu by mohla být kontaminovaná. Produkty obsahující tyto potenciálně kontaminované suroviny byly již dodány našemu zákazníkovi a nemáme konkrétní důkazy o kontaminaci produktů z těchto přísad. Máme povinnost stáhnout celou dávku z oběhu?

Společnost L'ORÉAL ihned reaguje na jakékoliv problémy, které by mohly ohrozit bezpečnost výrobků. Ihned probeďte tento problém s vaším nadřízeným nebo ředitelem oddělení kvality.

1.3 - Právě mě kontaktoval spotřebitel, který omylem volal na špatné číslo. Řekl mi, že po použití jedno z našich produktů měl alergickou reakci. Co mám dělat?

Dejte spotřebiteli číslo na příslušnou linku pro zákazníky a zdůrazněte mu, aby ji co nejdříve kontaktoval. Zároveň informaci sami pošlete mezinárodnímu oddělení kosmetovigilance. Po podrobné studii eventuelních příčinných souvislostí s našimi produkty se ve společnosti L'ORÉAL někdy rozhodneme upravit složení určitého výrobku a opravit tak několik nežádoucích účinků (bez ohledu na to, jak mírné mohou být), aby naši zákazníci měli jistotu, že našim produktům mohou maximálně důvěřovat.

1.4 - Rodina a přátelé se mě často ptají, jak to u nás je s testováním na zvířatech... Nevím, co jim mám říct. Na koho se mám v této věci obrátit?

Společnost L'ORÉAL již nikde na světě své výrobky ani složky netestuje na zvířatech ani nepověřuje jiné subjekty, aby tuto činnost pro potřeby společnosti vykonávaly. Výjimku lze udělat pouze v případě, že to vyžadují úřady z bezpečnostních nebo legislativních důvodů. Máte-li k tomuto tématu nějaké otázky, můžete se obrátit na ředitele propagace. Pamatujte: když se vyjadřujete k záležitostem mimo svou odbornost, měli byste postupovat opatrně (viz kapitola „Zastupování společnosti“).

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se kvality nebo bezpečnosti výrobků, nenechávejte si to pro sebe. Promluvte si s vedoucím, **manažerem kontroly kvality, právním ředitelem, vědeckým ředitelem, s vedoucím vašeho personálního oddělení nebo etickým korespondentem.** Pomohou vám a budou vás podporovat (viz také kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



REKLAMA A MARKETING

Úspěch našich produktů vychází z jejich vnitřních charakteristik a účinků. Tato zásada je důležitá pro získání a udržení věrnosti zákazníků. Chceme komunikovat zodpovědně a respektovat při tom nekonečnou rozmanitost potřeb a tužeb na poli krásy po celém světě. Nepodporujeme jediný nebo nedosažitelný vzor krásy.

Musíme

- + dodržovat interní procesy ověřování pro reklamu a tvrzení, i pokud se tím zdrží uvedení výrobku na trh;
- + zajistit, aby veškeré reklamní a propagační materiály byly založeny na ověřeném účinku a relevantních vědeckých údajích získaných při hodnocení a spotřebitelských nebo laboratorních studiích, provedených v souladu s osvědčenými postupy našeho odvětví;
- + přesně, podrobně a pravdivě popisovat naše výrobky a jejich účinky;
- + jasně vyjadřovat účel a správné používání našich výrobků a postarat se o to, aby byly pro spotřebitele srozumitelné;
- + zajistit, aby naše značky podporovaly co největší množství podob krásy;
- + citlivě zvažovat možné reakce různých náboženských, etnických, kulturních a společenských skupin na naši reklamu;
- + usilovat o to, aby naše jednání bylo v souladu s našimi etickými principy, pokud se bude jednat o reklamu výrobků pro děti a mládež;
- + obzvláště pečlivě dohlížet na pracovní podmínky dětí, které figurují v našich reklamách;
- + postupovat opatrně při používání zvířat v reklamách, a nepoužívat především ohrožené druhy nebo zvířata, jejichž výcvik probíhá ve zjevně nepřijatelných podmínkách;
- + postupovat při prodejních akcích a přímém marketingu tak, aby spotřebitelé snadno rozuměli podmínkám nabídky;
- + chránit osobní údaje spotřebitelů (viz kapitola Soukromí a ochrana dat);
- + se zdržovat zneuctvujících poznámek na adresu konkurence (včetně falešných prohlášení o jejich výrobcích a službách).

Nesmíme

- se snažit využívat důvěřivosti, nedostatečných znalostí nebo nezkušenosti spotřebitelů;
- tvrdit v reklamách, že používání našich výrobků přinese významnou profesní nebo sociální výhodu, nebo že naše výrobky jsou zapotřebí pro překonání osobních problémů nebo zajištění přijetí společnosti;
- snižovat v našich reklamách lidskou důstojnost nebo předkládat ponižující stereotypy;
- používat reklamu v určitých médiích nebo v rámci programů, jejichž strategie je založena na násilí, sexu, pověrách nebo podněcování nenávisti vůči komukoliv, protože takové strategie jsou v rozporu s etickými principy společnosti L'ORÉAL;
- zobrazovat děti v reklamách na výrobek, který nebyl testován pro použití u dětí, pokud není v reklamě jasně uvedeno, že výrobek není určen pro děti;
- cílit reklamy a propagační akce na velmi malé děti, s výjimkou opalovacích krémů a hygienických potřeb;
- cíleně v komunikaci uvádět přehnaná tvrzení, včetně tvrzení týkajících se životního prostředí a společenské odpovědnosti;
- získávat informace pro marketingové účely, aniž bychom o tom uživatele internetu nejprve informovali (např. použití souborů cookie).



Je to etické?

2.1 - Můj kolega mi ukázal návrh reklamního materiálu na tělové mléko, na kterém je extrémně hubená mladá modelka. Myslím, že je to minimálně nechutné a navíc by to mohlo vést k obvinění, že podporujeme mladé dívky v nezdravém hubnutí. Kolega tvrdí, že jsem přecitlivělý a že návrh již poslal ke schválení. Co s tím mám dělat?

Naše reklamy a propagace jsou určeny k tomu, aby měly co největší vliv na cílovou skupinu. Musíme proto odpovědně posuzovat všechna sdělení, která naše reklamní materiály komunikují, nebo která by v nich mohla být viděna. Rostou obavy z rozšiřujícího se trendu nezdravého hubnutí mezi mladými dívkami a zdravotních rizik, která s tím souvisí. To je třeba při rozhodování o naší reklamní kampani vzít v úvahu. Vědomě nespolupracujeme s modelkami a modely, kteří jsou mladší 16 let (s výjimkou specifických reklamních materiálů pro produkty, jako jsou opalovací krémy pro děti) nebo kteří evidentně trpí závažnou poruchou příjmu potravy. Také se vyhýbáme reklamě podporující drogy, alkohol nebo kouření. Měli byste svému kolegovi doporučit, aby se s někým dalším poradil. Můžete se rovněž obrátit na svého vedoucího.

2.2 - V reklamě na výrobek určený pro péči o vlasy bude mít modelka paruku z přírodních vlasů a obrázek budeme také upravovat ve Photoshopu, protože má nedokonalou pleť. Je to přípustné z hlediska pravdivosti našich reklamních tvrzení?

Někdy je určitá retuš zapotřebí z technického hlediska, retušování by však nemělo být v žádném případě zavádějící s ohledem na účinek propagovaného výrobku. Použití paruky z přírodních vlasů je přípustné, protože se jedná o stylingový výrobek, který není určený na zvýšení objemu vlasů. Je však důležité, aby paruka byla vyrobena ze skutečných vlasů a nabarvena nebo upravena pomocí propagovaných výrobků. Dávejte si však pozor na původ vlasů použitých na výrobku paruk. Občas může být problematický.

2.3 - Právě vytvářím marketingový program pro nový produkt. Vedení Oddělení výzkumu a inovace mi sdělilo, že tento produkt „redukuje vrásky“, ale můj nadřízený mi poručil do reklamního textu uvést, že produkt „odstraňuje vrásky“. Mám obavy, že by to nebylo úplně přesné a pravdivé. Co mám dělat?

Jednáme v souladu s Kodexem reklamní a obchodní komunikace Mezinárodní obchodní komory a také Obecnými zásadami odpovědné reklamy a marketingové komunikace Cosmetics Europe. Prodávání výrobků prostřednictvím nafouknuté nebo přehnané chvály jeho pozitivních účinků je nečestné, způsobuje nedůvěru zákaznické základny a může být považováno za zavádějící. Pokud výrobek vrásky neodstraňuje úplně, ale pouze zčásti, nelze to do reklamy uvádět.

2.4 - Rád bych v reklamě uvedl, že výrobek neobsahuje hexachlorofen, což není překvapením, protože to zakazuje zákon. Zákazníci z toho však mají dobrý pocit. Někteří kolegové si ale myslí, že je to na hraně. Kdo má pravdu?

Nemůžeme lidem předkládat, že naše výrobky mají speciální vlastnosti, když je to pouze důsledkem respektování zákona. Uváděli bychom zákazníky v omyl. Pravdu mají kolegové.

2.5 - Právě pracuji na reklamě odehrávající se v náboženském prostředí. Cílovým zákazníkům této reklamy se nejspíše bude líbit její provokativní styl a v mé zemi nikoho neurazí. Mám však kolegu z ciziny, kterému připadá poněkud na hraně. Co mám dělat?

Reklamy musíme hodnotit nejen z hlediska cílových zákazníků, ale také obecně z hlediska celé společnosti. Naše reklamy sleduje mnohem více lidí než jen cílová skupina. Musíme také zvažovat naši mezinárodní působnost a nepoužívat témata, která mohou být v některých zemích považována za přijatelná, ale v jiných zemích, kde působíme, za extrémně šokující. V neposlední řadě bychom neměli používat obrázky, symboly ani motivy, které by mohly být považovány za bezdůvodně urážlivé, ponižující nebo neuctivé z hlediska náboženství, národnosti, kultury, menšinové skupiny či zdravotního postižení. Bylo by vhodné před schválením získat objektivní názor, nejlépe hodnocení reklamy panelem, a věnovat pozornost způsobu šíření této reklamy.

2.6 - Slavná značka dětského oblečení uvádí na trh řadu šatů pro děvčata. Chce zakoupit lesk na rty a dávat ho zákazníkům, kteří nakoupí za více než určitou částku. To je docela dobrá příležitost, ne?

Ve světě se stále více diskutuje o předčasné sexualizaci malých dětí. Dívky vždy chtějí napodobovat dospělé, zvláště v oblékání, líčení a používání parfémů, ale my si myslíme, že to musí zůstat v určitých mezích. Proto bychom neměli podporovat každodenní používání kosmetiky mladými lidmi (s výjimkou hygienických prostředků a výrobků chránících proti slunečnímu záření). Proto je lepší vyhnout se spojování našich značek s předměty, tématy a událostmi zaměřenými na malé děti. Naše výrobky nedodáváme například na soutěže typu „Malá Miss“.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud máte obavy týkající se reklamy nebo marketingu, nenechávejte si to pro sebe. Obrátte se na **svého nadřízeného, ředitele právního oddělení, vedoucího personálního oddělení nebo etickým korespondentem**. Pomohou vám a budou vás podporovat (viz také kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



VÝBĚR DODAVATELE A ČESTNÉ JEDNÁNÍ S DODAVATELI

Vztah mezi společností L'ORÉAL a jejími dodavateli je víc než jen nakupování a dodávky výrobků a služeb. Je nedílnou součástí dlouhodobého úspěchu našeho podnikání. Podle kvality dodavatelských vztahů budeme jako společnost posuzováni. Především se hodnotí, jak si společnost vybírá dodavatele a jak dokazuje svůj závazek k odpovědnému obchodnímu jednání.

Jsmo hrdi na naši pověst obchodního partnera, který má se svými dodavateli oboustranně prospěšné a otevřené vztahy. Tyto vztahy jsou založeny na zásadě nestrannosti, čestnosti a loajality a respektujeme jejich nezávislost a identitu. Společnost L'ORÉAL nikdy nezneužije svého postavení na trhu pro získání přednostního zacházení.

Musíme

- + vybírat dodavatele na základě otevřeného výběrového řízení, zajistit, aby byly nabídky jednotlivých dodavatelů porovnávány a vyhodnocovány nestranně a čestně;
- + zajistit transparentní výběrové řízení a poskytovat odmítnutým uchazečům pravdivou a citlivou zpětnou vazbu založenou na objektivních faktech;
- + zajistit, aby všichni dodavatelé pochopili a respektovali naše etická očekávání, bez ohledu na to, kde působí;
- + podporovat dodavatele ve snaze plnit očekávání společnosti L'ORÉAL;
- + platit dodavatelům včas a podle dohodnutých podmínek, pokud není opodstatněný důvod jednak jinak, například když není doručeno objednané zboží;
- + zajistit, aby naši dodavatelé nebyli přehnaně ekonomicky závislí na podnikání společnosti L'ORÉAL;
- + chránit důvěrné informace dodavatelů, jako by byly naše vlastní.

Nesmíme

- dodavatelům stanovovat nevhodné podmínky (konkrétně pokud jde o platby, termíny...);
- nadále spolupracovat s dodavatelem, který opakovaně nesplňuje očekávání společnosti L'ORÉAL nebo nerespektuje naše etické principy, především v oblasti lidských práv nebo boje proti korupci.

Je to etické?

3.1 - Snažím se najít nového dodavatele kancelářských potřeb. První, kterého jsem kontaktoval, nabízí dobré služby, ale jeho ceny jsou vysoké. Druhý není tak dobrý, ale je levnější (hlavně proto, že nabízí výrazné slevy ve snaze získat smlouvu na dodávky společnosti L'ORÉAL). Mám říci prvnímu dodavateli, jakou cenu nabízí druhý uchazeč, abych ho přiměl jít s cenou dolů?

Můžete říci prvnímu dodavateli, velice obecně, že jste dostali nabídku na lepší cenu jinde, ale nesmíte odhalit totožnost a cenu druhého dodavatele. Jinak byste poskytovali prvnímu dodavateli citlivé cenové informace o jeho konkurentovi, což je neetické a v mnoha zemích také nezákonné.

3.2 - Našel jsem opravdu dobrého dodavatele, ale on právě začíná podnikat a společnost L'ORÉAL je momentálně jeho jediný zákazník. Mohu jej využít?

Ano. Není důvod nepomoci tomuto dodavateli rozjet svůj nový podnik. Avšak měli byste uzavřít krátkodobou smlouvu a informovat ho, že očekáváme, že si do určitého termínu najde další odběratele. Pokud se jedná o opravdu dobrého dodavatele, neměl by to pro něj být problém. Pokud na konci smluvního období nebude mít další odběratele, měli byste uvažovat o změně dodavatele.

3.3 - Někdo mi důvěrně sdělil, že jeden z našich zámořských dodavatelů je ve vyšetřování pro domnělé využívání nucené práce. Dodavatel mi o tom nic neřekl a během minulých návštěv u něj nebyl důvod k takovým obavám. Mám tyto klepy ignorovat?

Ne. Měli byste prošetřit, zda na nich není něco pravdy. Začněte požádáním dodavatele o tyto informace. Pokud máte nějaké pochybnosti, zvažte zařazení tohoto dodavatele do programu společenského auditu společnosti L'ORÉAL, který zahrnuje vyslání externího auditora pro ověření faktů o zaměstnavatelské praxi dodavatele, pracovních podmínkách a dalších zaměstnaneckých otázkách. Pokud při auditu vyjde najevo, že je třeba něco zlepšit, dodavatele o tom informujeme a pokusíme se s ním dohodnout nápravný plán. Samozřejmě v případě závažného porušení našich standardů, které podle našeho názoru nelze okamžitě napravit, nebo pokud se dodavatel nezlepší, musíme obchodní vztah ukončit.

⊕ DALŠÍ INFORMACE:

Pročtěte si dokumenty „Náš způsob nakupování“ a „Dodavatelé a dětská práce“.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se výběru dodavatelů nebo jednání s nimi, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím nákupního oddělení, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (viz také kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



Respektujeme všechny hráče na trhu, kde působíme, včetně našich konkurentů. Jednáme s nimi tak, jak bychom chtěli, aby oni jednali s námi. Naše postavení jedničky na kosmetickém trhu nám ukládá povinnost být dobrým příkladem.

Je v našem zájmu působit v oboru, kde se používají dobré obchodní praktiky. To nám usnadňuje práci a posiluje důvěru našich zákazníků. Sdílení cenových informací, informací o nákladech, marketingových plánů apod. s konkurencí může vést k dojmu, že se snažíme o dohody o cenách, rozdělení trhu nebo o jiné typy manipulace a narušování svobodného trhu. Většina zemí má v této oblasti velice přísné zákony, které musíme vždy znát a dodržovat.

Musíme

- + ihned sdělit vedení, že jsme se nechtěně dozvěděli nebo použili důvěrné informace konkurence, na které nemáme právo a které patří konkurentům nebo třetím stranám;
- + se vyvarovat pokusů o přerušení dodávek konkurentům nebo jejich odříznutí od odbytišť;
- + zakázat novým zaměstnancům, aby sdělovali kolegům důvěrné informace o konkurenční společnosti, pro kterou pracovali předtím;
- + se zdržet neuctivých poznámek na adresu konkurence (včetně falešných prohlášení o jejich výrobcích a službách).

Nesmíme

- s konkurenty diskutovat o důvěrných informacích;
- nutit zákazníky nebo dodavatele, aby porušovali smlouvy s konkurencí;
- uzavírat exkluzivní smlouvy (například smlouvy, které by vyžadovaly od dodavatele, aby prodával své výrobky výhradně společnosti L'ORÉAL) bez předchozí právní konzultace;
- získávat informace o konkurenci nezákonnými prostředky a/nebo skrýváním toho, že jsme zaměstnanci společnosti L'ORÉAL;
- vynucovat smlouvy, které by podmiňovaly nákup jedného produktu jinými produkty nebo službami (například takové, které by vyžadovaly od zákazníka, pokud si koupí jeden výrobek, aby si také zakoupil druhý, který je s ním svázán) nebo umožňovaly věrnostní slevy bez předchozí právní konzultace;
- ovlivňovat cenovou politiku klientů.

Je to etické?

4.1 - Nedávno jsem na obchodní výstavě narazil na zástupce společnosti jednoho našeho konkurenta. Nad skleničkou u baru se mi zmínil, že jeho společnost připravuje zvýšení cen některých svých klíčových výrobků. To je opravdu užitečná informace! Komu to mám říci, abychom toho mohli plně využít?

Cenové nebo nabídkové informace s konkurencí nesdílíme a nevyměňujeme si je. Sem patří cenová politika, slevy, propagace, autorské honoráře, záruky a prodejní podmínky. Pokud konkurent začne tyto informace sdělovat dobrovolně, měli byste rychle a citlivě takovou konverzaci ukončit a uvědomit svého nadřízeného a právní oddělení. Tyto informace byste samozřejmě také neměli nikomu předávat. I když tato výměna informací může být zamýšlena jako nevinná řeč, může rovněž vytvářet dojem ovlivňování cen nebo nabídkových řízení, což je neetické a ve většině zemí nezákonné.

4.2 - Společnost L'ORÉAL je členem Národní profesionální kosmetické asociace a já jsem zástupcem společnosti L'ORÉAL v Obchodním výboru. Po jedné z pravidelných měsíčních schůzí výboru mi jeden kolega, zástupce známé konkurenční společnosti, naznačil, že se členové výboru mají sejít v restauraci, aby posílil osobní vztahy a mohli si promluvit „neoficiálně“. Co mám dělat?

Pozvání nepřijímejte a ihned uvědomte vaše právní oddělení. Musíme varovat asociaci před takovými „neoficiálními“ schůzkami. Pamatujte, že kontakty s konkurencí musejí být jen výjimečné a rozhovory s ní omezené na nespecifická, necitlivá a nestategická témata. Přísně se vyhýbejte neformálnímu kontaktu a společenským akcím s konkurencí. Pokud během „schváleného“ oficiálního kontaktu s konkurencí zjistíte, že se má hovořit o citlivých otázkách, prostě opusťte jednání místnost a do zápisu nechte uvést, že jste ze schůzky odešel.

4.3 - Zjistil jsem, že jeden náš konkurent bude zkrátko uvádět na trh nový výrobek, který by mohl mít vážný dopad na naše prodejní a marketingové strategie. Potřebujeme o tom za každou cenu zjistit více. Když zvážíme, jak je to důležité, můžeme najmout někoho, kdo by třídil jejich odpadky, aby tam objevil vodítko k jejich strategii uvedení produktu na trh?

Ne. To je zcela neetické jednání, které by mohlo vážně ohrozit naši pověst bezúhonného obchodníka. Společnost L'ORÉAL se nikdy nesmí zapojovat do podobných činností. Informace o konkurenci můžeme shromažďovat pouze legitimním způsobem. To znamená prozkoumáváním výrobků konkurence a využíváním veřejně dostupných zdrojů jako jsou propagační letáky, výroční zprávy, exponáty konkurentů na obchodních výstavách a souhrny průmyslových dat, které neobsahují specifické informace o jednotlivých společnostech.

4.4 - Při návštěvě u klienta jsem dostal informace o doporučených cenách konkurentů a jejich plánech na uvedení nových produktů. Mohu ho také požádat o informace o přípravách na uvedení těchto produktů v prodejnách?

Neměli byste získávat neveřejné citlivé údaje (ceny, uvedení produktů, podíl na trhu, reklamní rozpočet atd.) o konkurentech, ať už přímo od nich, nebo nepřímo prostřednictvím klientů. Představuje to riziko pro společnost L'ORÉAL i pro klienta.

4.5 - Před šesti měsíci jsem najal osobu, která předtím pracovala u konkurenční firmy. Během této doby získala velmi cenné odborné zkušenosti v oblasti, která je pro nás klíčová. To byl vlastně jeden z hlavních důvodů, proč jsem tuto osobu najal. Samozřejmě se pečlivě snažíme, aby nám nepředávala důvěrné informace, ale jistě existuje časový limit, po kterém již může chráněné informace sdělovat otevřeně? Jinak bych v otázkách důvěrnosti zacházel do extrémů, ne?

Ne. Neexistuje časový limit ochrany důvěrných informací. Váš zaměstnanec měl být najat na základě svých dovedností, nikoliv na základě práce, kterou prováděl v minulosti pro konkurenci. Bylo by možná dokonce vhodné převést tuto osobu na jiné oddělení, kde by necítila pokušení nebo tlak předávat důvěrné informace.

⊕ DALŠÍ INFORMACE:

Pročtěte si dokument „Náš způsob soutěže“.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se hospodářské soutěže, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, ředitelem právního oddělení, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).

KONFLIKTY ZÁJMŮ

Jako přední společnost na trhu s kosmetikou si musíme obzvláště dávat pozor na konflikty zájmů. Všichni bychom se měli vyhýbat situacím, kdy by se naše osobní zájmy mohly dostat do konfliktu se zájmy společnosti L'ORÉAL. I potenciální konflikt může poškodit pověst společnosti L'ORÉAL – i naši vlastní. Zlatým pravidlem při řešení každého skutečného nebo i potenciálního konfliktu zájmů je úplné sdělení všech skutečností. To umožňuje všechno řádně vyšetřit.

Musíme

+ sdělit svému nadřízenému, pokud nastane potenciální konflikt zájmů, který by mohl ovlivnit nebo působit jako ovlivnění rozhodování a jednání (například pokud je rodinný příslušník zaměstnancem dodavatele), nebo pokud zastáváme nějakou pozici či máme finanční nebo jiný podíl v jakékoli organizaci, která je konkurentem, zákazníkem, dodavatelem nebo jiným obchodním partnerem společnosti L'ORÉAL, pokud by tato pozice mohla ovlivnit obchodní vztahy.

Nesmíme

- zatajovat jakékoli informace o konfliktu zájmů.

Je to etické?

5.1 - Jeden z mých kolegů má bratrance, který začal pro nás pracovat a se mnou začal spolupracovat můj spolužák ze školy. Mám trochu obavy, že by to lidé mohli považovat za konflikt zájmů. Týká se tato strategie jen rodinných příslušníků – nebo i těchto případů

Odpověď je jednoduchá: Pokud je tento vztah takový, že by mohl ovlivnit vaši objektivitu, pak se na něj tato strategie vztahuje a měl byste požádat o pomoc. Skutečnost, že člen něčí rodiny nebo jeho přítel či známý pracuje pro společnost L'ORÉAL, nemá vliv na jeho způsobilost ucházet se o místo v této společnosti. Ale je nutné zajistit, aby platové hodnocení a posuzování výkonu prováděla nezávislá osoba a aby tato situace byla průběžně sledována, aby se zajistila spravedlnost a nestrannost pro všechny.

5.2 – Obdivuji kvalitu práce jednoho dodavatele společnosti L'ORÉAL a chtěl bych proto do této společnosti investovat. Představovalo by to konflikt zájmů?

I kdyby váš podíl ve společnosti dodavatele byl jen finanční, mohl by nastat konflikt zájmů na základě vašeho postavení ve společnosti L'ORÉAL, například byste mohl pak ovlivňovat nákupní rozhodování, rozhodování o částce investice a významu společnosti L'ORÉAL jako zákazníka dotčené společnosti. Jedinou cestou, jak zjistit, zda je taková situace přijatelná, je sdělit to nadřízenému a otevřeně s ním celou záležitost prodiskutovat.

5.3 – Můj syn vlastní opravdu dobrý místní hotel, který řada společností využívá na obchodní obědy a pracovní setkání. Byl by zjevně nejlepší volbou pro podnikovou akci, kterou chystáme. Protože i cenově se rovná jiným možnostem v daném regionu, brání něco, abych tam zamluvil jednací místnost, kterou potřebujeme?

Protože cena tohoto zařízení je konkurenceschopná s podobnými zařízeními v okolí a zařízení je v regionu oblíbené, bude pravděpodobně pro společnost přijatelné. Avšak nebylo by správné, kdybyste o této volbě rozhodoval vy, protože se jedná o zjevný konflikt zájmů. Podobně jako v jiných případech, kdy blízký člen rodiny pracuje pro stávajícího nebo potenciálního dodavatele nebo jiného obchodního partnera, měl byste věc projednat s vaším nadřízeným. Ten pak učiní potřebné kroky pro zamezení konfliktu zájmů a tomu, abyste se dostal do nevhodné situace.

5.4 – Ve svém volném čase jsem místopředsedou představenstva Národní asociace spotřebitelů. Tuto funkci zastávám již mnoho let. Teď jsem se dozvěděl, že asociace plánuje lobovat pro změnu zákona, která by společnosti L'ORÉAL mohla způsobit problémy. Co mám dělat?

Společnost L'ORÉAL respektuje soukromí svých zaměstnanců a kladně hodnotí zaměstnance, kteří jsou členy veřejných nebo charitativních organizací. Avšak vaše členství v takové organizaci byste měl oznámit svému nadřízenému, pokud máte dojem, že existuje nebo by mohl existovat potenciální konflikt se zájmy společnosti L'ORÉAL. Váš nadřízený nebo vedoucí personálního oddělení vám poradí, jak se v takovém případě zachovat. V tomto případě byste měli také informovat své kolegy v asociaci a odstoupit od jakékoliv účasti na této lobovací kampani.

5.5 – Moje žena pracuje pro jednoho z konkurentů společnosti L'ORÉAL. Doma o práci nemluvíme a myslím, že společnosti není nic po tom, co moje žena dělá v rámci svého zaměstnání. A přesto někteří kolegové naznačují, že jsem v kompromitující situaci. Co mám tedy dělat?

Mohlo by to vytvářet dojem konfliktu zájmů. Abyste chránil sebe i společnost, měl byste tyto skutečnosti sdělit svému nadřízenému nebo vedoucímu personálního oddělení. Kromě toho byste se měli s manželkou postarat o ochranu důvěrných informací obou společností.

5.6 – Jeden člen mého týmu chodí už několik měsíců se svou podřízenou . V práci to uchovávali v tajnosti, ale lidé se to nakonec stejně dozvěděli. Já o tom oficiálně také nic nevím. Začaly kvůli tomu různé drby. Samozřejmě dávám pozor, aby nedocházelo k protěžování, ale co když se pak rozejdou a nastane nepříjemná situace? Mám s tím něco udělat, a pokud ano, co?

Toto je velmi citlivá situace. Společnost L'ORÉAL respektuje soukromí svých zaměstnanců, a proto se do jejich romancí nechce míchat. Avšak máme legitimní zájem na jejich profesionálních vztazích, zvláště pak v případě, kdy je jeden přímo podřízen druhému nebo má nad druhým rozhodovací pravomoc. Situace, kterou popisujete, není vhodná, protože se jedná o konflikt zájmů. Od manažera se nedá očekávat, že bude svou podřízenou posuzovat objektivně, pokud je do ní zamilován. Proberte to s nadřízeným nebo svým personalistou a poradte se, jak by se to dalo řešit. Ideální by bylo, kdyby jeden z nich změnil zaměstnání a my bychom se zasadili o to, aby tohoto řešení bylo dosaženo taktně. Podle okolností by se tento problém mohl dotýkat i otázky sexuálního obtěžování.

5.7 – Může zaměstnankyně společnosti L'ORÉAL psát vlastní blog o kosmetice?

Pro zaměstnance společnosti L'ORÉAL by bylo obtížné takový blog psát, protože by z loajality nemohli kritizovat naše produkty, a zároveň by nemohli kritizovat produkty konkurentů, protože by to nebylo fér. Blogy tohoto typu jsou zajímavé pouze pokud odrážejí skutečné názory spotřebitelů. Nesmíme vyvolávat kritiku, abychom nebyli obviněni z toho, že ovlivňujeme debatu nebo neusilujeme o transparentnost.

⊕ DALŠÍ INFORMACE:

Pročtěte si dokument „Zaměstnání rodiny a přátel“.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se konfliktu zájmů, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem;** ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (viz také kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



DARY A POŽITKY

Výměna darů a požitků může napomoci budovat vzájemné porozumění a zlepšovat pracovní vztahy, ale může rovněž způsobit konflikt zájmů, konflikt mezi osobními zájmy a pracovními povinnostmi. Při předávání nebo přijímání darů nebo požitků je „zlatým pravidlem“ plné informování vedení, stanovení přiměřených limitů a posouzení, jak se k tomu postaví veřejnost.

Musíme

- + zajistit, aby všechny dary a požitky, které budeme nabízet, byly vhodné a v souladu s etickými principy společnosti L'ORÉAL;
- + zajistit, aby při navazování nového obchodního vztahu byly všechny strany hned od počátku informovány o směrnicích společnosti L'ORÉAL týkající se dávání a přijímání darů a požitků. A stejně tak zjistit, jaká je strategie dávání a přijímání darů a požitků na straně společnosti nového obchodního partnera; může to významně napomoci napomoci tomu, abychom se vyhnuli nedorozumění;
- + ihned sdělit svému nadřízenému každý dar nebo pozvání, které obdržíme, a v případě potřeby dodržovat interní postupy pro sdělení.

Nesmíme

- přijímat dary nebo požitky, pokud nebudou mít pouze symbolickou hodnotu;
- dávat ani přijímat peněžní dary.

Je to etické?

6.1 – Mohu nabídnout zákazníkovi společnosti L'ORÉAL lístky na koncert, na který nemohu jít sám?

Musí u toho být přítomna další osoba zastupující společnost L'ORÉAL, která bude se zákazníkem v tomto kontextu vést obchodní jednání. Totéž pravidlo platí pro přijímání požitků od dodavatele. To je povoleno pouze tehdy, pokud je to přiměřené, obvyklé a běžné pro vaše obchodní vztahy a poskytovatel požitku je přítomen.

6.2 – Právě jsme uzavřeli důležitou smlouvu s novým zákazníkem. Můj vedoucí prodeje navrhl, abychom zákazníka vzali do klubu na malou oslavu události. Pomyslel jsem si, že to je dobrý nápad, ale pak jsem zjistil, že se jedná o erotický klub! V takovém zařízení se necítím dobře a nepovažuji je za vhodný druh požitku, který by se měl nabízet zákazníkovi. Jsem přehnaně citlivý?

Požitky nabízené zákazníkům by měly být nejen přiměřené, ale i přijatelné. Tento typ klubu je nejen v rozporu s L'ORÉAL SPIRIT, ale zákazník se v něm může cítit velmi nespokojen, nemluví o členech vašeho prodejního týmu, kteří mohou podobný druh „zábavy“ považovat za nechutný. Měl byste říct svému vedoucímu prodeje, aby vybral vhodnější možnost. Dlouhodobě se to na společnosti odrazí.

6.3 – Aby prodal zastarávající produkty, nabídl mi dodavatel 15% osobní slevu. Mohu ho přijmout?

Kromě výjimečných případů, kdy slevu s dodavatelem odsouhlasila společnost L'ORÉAL, musíte o jakékoli slevě, kterou dodavatel nabídne, informovat svého nadřízeného.

6.4 – V rámci své práce organizuji obchodní schůzky, cesty a setkání. Nyní mi hotel, kde často rezervuji pokoje pro zaměstnance společnosti L'ORÉAL, nabídl zadarmo víkend na oslavu výročí svatby mých rodičů. Je to milé gesto. Mohu ho přijmout?

Ne. I když z tohoto požitku nebudete mít osobní prospěch, jeho přijetím se pro vás stane obtížné být nestranný při zajišťování hotelového ubytování pro zaměstnance společnosti L'ORÉAL do budoucna. I domnělý konflikt zájmů je nevhodný a měl byste se mu vyhnout zdvořilým odmítnutím této nabídky s odůvodněním, proč to děláte.

6.5 – Dodavatel mi právě nabídl dárkový koš s jeho výrobky. Víím, že ho to moc nestálo. Smím a mám ho tedy přijmout?

Měli byste dodavateli poděkovat za jeho šlechetnost a dar zdvořile odmítnout. Můžete přijímat pouze dary a požitky symbolické hodnoty. Například produkty s logem společnosti dodavatele nebo krabice čokoládových bonbonů jsou obvykle v pořádku. Pokud si myslíte, že by odmítnutí mohlo poškodit vzájemné vztahy, poraďte se s vedením a společně najdete vhodný způsob, jak s darem naložit.

6.6 – Se zákazníkem vyjednávám vyhrazení většího prodejního prostoru pro naše výrobky. Můj kontakt se odmítá zabývat naším návrhem a argumentuje tím, že naše konkurence je vůči němu „milejší“. Mám dojem, že ode mě chce nějaký dárek, ale nepožádal o nic konkrétního.

Informujte své nadřízené o tom, že máte pochybnosti. Možná bude nutné obrátit se na vedoucí vašeho zákazníka, protože je nepravděpodobné, že by daná firma toto chování svých zaměstnanců podporovala. V každém případě nepodlehnete. Správné vyjednávání s našimi zákazníky vychází z kvality našich produktů a z naší cenové politiky, nikoli z toho, zda dáváme jejich zaměstnancům dárky.

⊕ DALŠÍ INFORMACE:

Pročtěte si dokumenty „*Náš způsob nakupování*“ a „*Náš způsob boje s korupcí*“ a seznamte se také s *místní strategií dávání a poskytování darů a požitků*.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se darů a požitků, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



ÚPLATKY A FINANČNÍ POBÍDKY

Jsme toho názoru, že korupce je nepřípustná a není v souladu s L'ORÉAL SPIRIT. Poškozuje komunity, v nichž působíme, a také naši společnost. Korupce je zakázaná ve všech zemích, kde působíme, především pokud jsou úplatky poskytovány veřejným činitelům. Naší zásadou je nulová tolerance vůči korupci, což se týká i „finančních pobídek“. To jsou platby určené k zajištění nebo urychlení vládních nebo soudních jednání, jako je vydávání povolení nebo uvolňování zboží z celního režimu.

Musíme

- + zajistit, aby byli naši obchodní partneři a zprostředkovatelé obeznámeni s našimi standardy a aby se je zavázali dodržovat, a to zejména v případech, kdy nás zastupují v zemích, kde hrozí velké riziko korupce;
- + okamžitě informovat svého nadřízeného nebo pracovníky podnikového či oblastního vedení nebo příslušného člena výkonného výboru skupiny o jakémkoli jednání, které může být v rozporu s naší strategií boje proti korupci a o kterém se dozvíme;
- + okamžitě informovat ředitele společnosti pro danou zemi nebo pracovníky podnikového či oblastního vedení nebo příslušného člena výkonného výboru skupiny o tom, že nás někdo vydírá nebo že se o to pokouší, tedy že požaduje finanční hotovost nebo něco hodnotného výměnou za to, že bezprostředně neublíží zaměstnanci či zástupci společnosti L'ORÉAL, a podrobně celou věc zdokumentovat.

Nesmíme

- nabídnout, přislíbit ani poskytnout peníze, finanční pobídky ani cokoli hodnotného (dary, požitky atd.) zástupci státního orgánu či politické strany ani politikovi, odborům a osobám, jež mají k odborům jakýkoli vztah;
- nabídnout, přislíbit ani poskytnout peníze ani cokoli hodnotného (dary, požitky atd.) charitativním a podobným organizacím s cílem získat pro společnost L'ORÉAL jakékoli výhody ze strany zástupců státních orgánů, politické strany nebo odborů;
- nabídnout, přislíbit ani poskytnout zaměstnanci či zástupci jiné společnosti peníze, finanční pobídky ani cokoli hodnotného (dary, požitky atd.), co by jej mohlo vést k porušení povinností vůči vlastní společnosti;
- přijmout ani požadovat peníze ani cokoli hodnotného (dary, požitky atd.), co by nás mohlo vést k porušení povinností vůči společnosti L'ORÉAL nebo o čem by bylo možné soudit, že ovlivňuje obchodní vztahy;
- nikdy pověřit třetí strany, aby provedly něco, co my provést nesmíme nebo co si nedovolíme provést přímo. To znamená, že musíme velice pečlivě vybírat a sledovat své poradce, dodavatele, agenty a obchodní partnery.

Je to etické?

7.1 - Bylo mi řečeno, že bych si měl najmout místního „poradce“, který by mi pomohl získat potřebná povolení od cizí vlády, která potřebujeme. Konzultant požadoval vysokou zálohu a řekl, že tyto peníze použije na to, aby „se věci rychle hýbaly kupředu“. Protože vlastně nevíme, komu bude tyto peníze dávat, máme se tím zabývat?

Ano. Pokud máte podezření, že nějaký agent jedná neoprávněně, nesmíte mu takovou zálohu ani žádnou jinou částku vyplácet, dokud si neověříte, že nebude provádět nepovolené platby nebo je již neprovedl.

7.2 - Zakládám novou kancelář a místní úřady požadují drobné všimné, než instalují naše telefonní linky. Mohu jim je zaplatit?

Ne. Pokud se nejedná o řádný instalační poplatek, nesmíte jim zaplatit.

7.3 - Právě zařizují dodávání našich produktů novému klientovi. Kontaktoval mě jistý konzultant, který pro tohoto klienta pracuje, a sdělil mi, že by mi rád pomohl a prozradil mi o klientovi určité důvěrné informace.

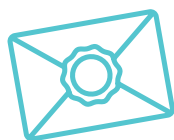
Nabídku odmítněte a informujte o ní svého nadřízeného. Kromě toho patrně bude nutné, abyste klienta informoval o tom, že se vám třetí strana pokusila prodat jeho důvěrné informace.

+ DALŠÍ INFORMACE:

Pročtěte si dokument „Jak konkurujeme“.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se úplatků a finančních pobídek, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém se svým nadřízeným, **vedoucím oddělení interní kontroly, vedoucím finančního oddělení, vedoucím právního oddělení, vedoucím oddělení nákupu, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitoly „Dary a požitky“ a „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



DŮVĚRNÉ INFORMACE

Informace jsou velmi cenné. Nepovolené sdělování interních informací může způsobit ztrátu jejich hodnoty a poškodit společnost L'ORÉAL. Všichni musíme dbát o ochranu interních informací a důsledně dodržovat pravidla skupiny, jež se jí týkají. Ti z nás, kdo mají přístup k důvěrným informacím našich obchodních partnerů, mají podobnou povinnost zachovávat jejich důvěrnost.

Musíme

- + omezit sdělování interních informací pouze na lidi, kteří je potřebují znát v zájmu společnosti L'ORÉAL;
- + sledovat změny pravidel skupiny pro nakládání s informacemi;
- + zajistit bezpečné uložení důvěrných záznamů o zaměstnancích, spotřebitelích, zákaznících a dodavatelích, jak tištěných, tak elektronických;
- + si vždy předem ověřit, zda máme právo interní informace sdělit třetím stranám mimo společnost L'ORÉAL (to se výslovně týká také našich rodinných příslušníků a komunikace prostřednictvím sociálních médií).

Nesmíme

- diskutovat o interních informacích ani s nimi pracovat na veřejnosti, kde někdo může vyslechnout cizí konverzaci nebo poškodit data;
- sdělovat interní informace předchozího zaměstnavatele;
- si při odchodu ze společnosti L'ORÉAL ponechat žádné interní informace (ani pořízené kopie).

Je to etické?

8.1 - Moji přátelé se mne často ptají na mou práci ve společnosti L'ORÉAL: jsou zvědaví, co dáváme do našich výrobků a jaké novinky připravujeme. Samozřejmě toho díky své práci vím hodně, kolik jim toho mohu sdělit?

Jakékoliv informace (tištěné, elektronické, ústní nebo v jakékoliv jiné podobě), které nejsou veřejně známy a ke kterým máte jako zaměstnanec společnosti přístup, jsou interní. Sdělování takových informací, byť by to bylo příteli, kterému věříte, není správné. Mohlo by poškodit zájmy společnosti L'ORÉAL.

8.2 - Žijeme v době digitální revoluce. Komunikace je dnes snazší než kdykoli předtím a její možnosti jsou prakticky neomezené. Dodržování zásad důvěrnosti zakotvených v etickém kodexu se tak může jevit jako nerealistické.

Je pravda, že zajištění důvěrnosti informací je v dnešním digitálním světě stále náročnější. O to větší význam ale má. Všichni jsou povinni se seznámit s příslušnými pravidly skupiny, zejména s pravidly o správném využívání sociálních médií a o informačních a komunikačních technologiích.

8.3 - Jednou jsem vzal potenciálního zákazníka na schůzku. Cestou do zasedací místnosti jsme procházeli kolem kanceláře jednoho mého kolegy. Jeho dveře byly otevřeny a on hovořil s jiným zákazníkem o našich cenových podmínkách a telefon měl zapnutý na hlasitý režim. Když jsme procházeli kolem, zaslechli jsme, jak nabízí zákazníkovi nějaké speciální ceny - a můj zákazník to všechno slyšel! Kolega měl určitě být opatrnější, že?

Všichni musíme dělat všechno pro to, abychom chránili důvěrné informace, i na pracovišti. Například uklízením dokumentů z pracovního stolu, zamykáním dokumentů, pravidelnou obměnou hesel a opatrným používáním hlasitého režimu telefonu. Nikdy nemůžete vědět, kdo půjde okolo, a i mezi zaměstnanci by se měly citlivé obchodní informace sdělovat jen v minimální nezbytné míře.

8.4 - Kolega, který ze společnosti L'ORÉAL odešel, se mi svěřil, že si právě uvědomil, že má ještě doma interní dokumenty naší společnosti. Co bych mu měl poradit?

Pokud jde o kopie dokumentů, doporučte mu, aby je zničil. Pokud jde o originální materiály, musí je předat zaměstnanci společnosti L'ORÉAL, který je oprávněn informace dané povahy převzít. Abyste měl jistotu, že vše proběhne tak, jak má, poradte se s nadřízeným.

⊕ DALŠÍ INFORMACE:

Pročtěte si dokument „Jak nakupujeme“, který se týká našich vztahů s dodavateli, a dokument „Jak konkurujeme“, který se týká našich vztahů s konkurenty a klienty.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se důvěrných informací, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem;** ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



ZASTUPOVÁNÍ SPOLEČNOSTI

Dobrá pověst společnosti L'ORÉAL's závisí na chování a jednání každého z nás.

Musíme

- + jednat upřímně v zájmu společnosti L'ORÉAL;
- + demonstrovat etické principy společnosti L'ORÉAL svým profesionálním vystupováním a vyjadřováním;
- + dbát na to, aby nemohlo dojít k záměně našich osobních postojů a zájmů s postoji a zájmy společnosti;
- + si dát pozor na to, abychom svůj názor na kolegy a pracoviště neprezentovali na stránkách profesního charakteru (např. na portálu LinkedIn);
- + se při práci se sociálními médii v rámci své pracovní činnosti vždy představit jako zaměstnanci L'ORÉAL;
- + v každém okamžiku myslet na to, že na Internetu není nic „tajné“ ani „soukromé“;
- + dbát na to, aby bylo každé digitální sdělení o společnosti L'ORÉAL nebo některé z jejích značek pečlivě připraveno.

Nesmíme

- hovořit, psát ani přijímat jakékoli závazky jménem společnosti L'ORÉAL, pokud k tomu nemáme oficiální pověření;
- hovořit ani psát o otázkách, které nespádají do naší odborné kompetence;
- používat hlavičkové papíry ani e-mailové adresy společnosti L'ORÉAL pro vyjadřování osobních názorů nebo pro soukromé záležitosti.

Je to etické?

9.1 - Navštívil jsem webovou stránku svého kolegy a zjistil jsem, že tam vyjádřil nějaké soukromé názory na vedení společnosti L'ORÉAL. Neřekl, že je zaměstnancem společnosti L'ORÉAL, ale z jiných informací to jasně vyplynulo, když například: „Pracuji pro vedoucí kosmetickou společnost na trhu“! Mám si s ním o tom promluvit?

Blogy a diskuse se stávají oblíbenou formou sebevyjádření. Pokud se účastníme diskuse na Internetu, je potřeba, abychom jasně vyjádřili, že se jedná o naše osobní názory, a učinili potřebná opatření pro zajištění, aby tyto informace nemohly být směřovány s postoji společnosti L'ORÉAL. Nejprve si o tom promluvíte se svým kolegou, protože si nemusí být vědom, že jedná proti zájmům společnosti. Pokud to bude nutné, můžete zvážit projednání tohoto případu se svým nadřízeným.

9.2 - Náš tým se zúčastnil konference, která zahrnovala přespání v hotelu a účast na večeři v hotelu, kde se konference konala. Jeden z členů mého týmu vypil víc, než měl, začal se chovat nevhodně, vykládal hloupé vtipky a choval se agresivně k hotelovému personálu. Co mu mám o jeho chování říct?

I když se incident odehrál večer, váš kolega byl stále ještě na služební cestě jako zástupce společnosti. Pro ostatní kolem byl zástupcem společnosti L'ORÉAL. Je jasné, že jeho chování bylo nepřijatelné.

9.3 - Zúčastnil jsem se mezinárodní konference. Během úvodního neformálního setkání jsem s jiným účastníkem konference hovořil o své činnosti ve společnosti L'ORÉAL. Později večer jsem si uvědomil, že mladá žena, která stála hned vedle nás, byla novinářka, která o konferenci informuje v tisku. Jsem přesvědčen, že jsem neprozradil nic skutečně důvěrného. Přesto bych byl ale nerad, kdyby se má vyjádření objevila na titulní straně novin.

Na veřejnosti musíte mít vždy na paměti, že všechno, co řeknete v rámci pracovního či osobního rozhovoru v přítomnosti novináře, může být zveřejněno. Kontaktujte ředitele pro komunikaci s veřejností. Ten vám poradí, jak postupovat.

9.4 - Občas se mi zdá, že na Internetu je plno mylných informací o společnosti L'ORÉAL. Nejsem náhodou odpovědný za opravu těchto informací?

Ne. Pokud zjistíte, že na veřejnosti kolují chybné informace, měli byste upozornit oddělení propagace, aby to podle potřeby napravilo. Žádný nepověřený zaměstnanec by neměl dávat na Internet ani jinak zveřejňovat informace o společnosti.

9.5 - Poprvé v životě se chystám na setkání obchodního sdružení. Co bych měl udělat, abych měl jistotu, že společnost L'ORÉAL nijak neohrozím?

Konzultujte s ředitelem právního oddělení, o jakém typu informací můžete bez problémů hovořit, a absolvujte online školení na téma soutěžního práva. Dále byste si měl prostudovat dokumenty „Jak konkurujeme“ a „Jak předcházíme korupci“.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se zastupování společnosti, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím oddělení propagace, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



SOUKROMÍ

A OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ

Všichni máme právo na soukromí.

Společnost L'ORÉAL respektuje důvěrnost osobních údajů všech zainteresovaných skupin, mimo jiné tedy svých zaměstnanců, zákazníků a obchodních partnerů. Společnost L'ORÉAL požaduje a ukládá si od svých zaměstnanců pouze data, která potřebuje pro efektivní činnost.

Musíme

- + všechny, jejichž osobní údaje shromažďujeme, informovat o tom, jaký typ informací shromažďujeme, jakým způsobem informace chceme využívat a jak nás mohou kontaktovat s případnými dotazy;
- + shromažďovat pouze osobní údaje, které nezbytně potřebujeme;
- + zničit nebo opravit veškerá nepřesná či neúplná data;
- + zajistit bezpečné uložení takových informací;
- + zajistit, aby taková data byla v rámci společnosti L'ORÉAL poskytována pouze oprávněným osobám, které je skutečně potřebují znát;
- + se vždy předem poradit s právníky o převodu osobních údajů mimo zemi, kde byly shromážděny;
- + ctít právo na soukromí svých kolegů;
- + zajistit, aby třetí strany, které pověříme shromažďováním či zpracováním osobních údajů, dodržovaly tyto zásady.

Nesmíme

- shromažďovat „citlivé“ informace (zejména informace, které se týkají zdravotního stavu, etnického původu, sexuální orientace, politického smýšlení či náboženského vyznání) bez souhlasu příslušné osoby, pokud to ovšem nevyžaduje zákon;
- poskytovat osobní údaje nikomu mimo společnost L'ORÉAL, pokud to nebude vyžadovat zákon nebo pokud nebudeme využívat poskytovatele technických služeb nebo pokud nám to dotyčná osoba písemně nepovolí;
- tyto informace uchovávat déle, než je potřeba z důvodu, pro který byly získány;
- používat ani ukládat osobní údaje, pokud k tomu nebudeme mít zvláštní pověření a jasnou obchodní potřebu těchto údajů.

Je to etické?

10.1 - V jakých případech společnost L'ORÉAL potřebuje přístup k osobním údajům?

Společnost L'ORÉAL osobní údaje shromažďuje a zpracovává proto, aby mohla plnit nejrůznější požadavky svých zaměstnanců, zákazníků a dalších zainteresovaných subjektů. Díky e-mailovým adresám například může zákazníkům, akcionářům či žadatelům o práci rozesílat informace, které potřebují. Osobní údaje shromažďujeme také v souvislosti s marketingovými akcemi, například s losováním o ceny, a do databází CRM. Osobní údaje zaměstnanců potřebujeme proto, abychom mohli spravovat jejich odměny a pracovní postup a rovněž z právních a bezpečnostních důvodů. Osobní údaje zjišťujeme i ve chvíli, kdy se rozhodneme navázat spolupráci s novým zákazníkem nebo dodavatelem. Shromažďujeme je také při provádění studií o chování spotřebitelů a v hodnoticích centrech.

10.2 - Na služební cestě mi odcizili kufr, ve kterém byl i USB flash disk s osobními údaji zákazníků. Data naneštěstí nebyla zašifrována. Myslím si ale, že zloději k ničemu nebudou.

Ztráta osobních údajů může být důvodem k zahájení právního řízení, může poškodit dobré jméno společnosti L'ORÉAL a také ohrozit lidi, jichž se data týkají. Krádeže identity na základě osobních údajů, které uniknou takovýmto způsobem, se objevují stále častěji. Proto je naprosto nezbytné dodržovat interní pravidla a postupy pro šifrování dat. V případech, kdy to je možné, osobní data anonymizujte nebo uvádějte pod krycími jmény.

10.3 - V rámci hodnoticích studií máme přístup k osobním údajům dobrovolníků. Některé informace by patrně zajímaly i jiné společnosti a ty by za ně byly ochotny zaplatit. Máme právo tyto informace prodat?

Společnost L'ORÉAL osobní informace, jež shromažďuje v souvislosti se svými aktivitami, důsledně chrání. Osobní údaje proto nelze využít, aniž by o tom byli lidé, jichž se týkají, předem informováni nebo aniž by k tomu dali písemný souhlas.

10.4 - Potřebuji předat osobní informace zákazníků agentuře v jiné zemi. Koho bych měl požádat o radu?

Nejlépe uděláte, když se obrátíte na ředitele právního oddělení. Zákony jednotlivých zemí se mohou značně lišit. Osobní informace byste navíc žádné třetí straně neměli předat, dokud se nepřesvědčíte, že se písemně zavázala k respektování našich standardů ochrany osobních dat.

10.5 - Naše oddělení péče o zákazníky právě obdrželo e-mail od zákaznice, která chce vědět, jaké osobní informace o ní máme ve své databázi, a žádá o jejich zničení. Jsem povinen jejímu přání vyhovět?

Ano. Přání zákazníků, kteří nechtějí, abychom jejich osobní údaje využívali pro marketingové účely, vždy respektujeme. Seznamy údajů musíme pravidelně aktualizovat. V některých zemích existují seznamy, do nichž se mohou registrovat všichni zákazníci, kteří využívání svých osobních informací odmítají. O tom, jak nejlépe reagovat na žádost konkrétní zákaznice, se poradte s ředitelem právního oddělení.

10.6 - Ráda bych poslala kolegyni překvapení k narozeninám na její domácí adresu. Požádala jsem personální oddělení, aby mi tuto adresu poskytli, ale oni to odmítli, že by to bylo porušování jejího soukromí. Není to trochu přehnané?

Reakce personálního oddělení je naprosto přiměřená – veškeré osobní údaje zaměstnanců musejí zůstat přísně důvěrné. Nelze začít dělat výjimky.

10.7 - Nedávno jsem slyšela, jak můj vedoucí mluví o jedné kolegyni, která je vážně nemocná. Ve svém volném čase pracuji v dobrovolné organizaci, která pomáhá těžce nemocným lidem a ráda bych věděla, jestli bych pro ni mohla něco udělat. Mohu se obrátit na tuto kolegyni přímo nebo mám nejprve jednat se svým vedoucím?

Ne, přímo na nemocnou kolegyni se neobracejte. Promluvte si se svým nadřízeným nebo s pracovníky personálního oddělení. Pokud usoudí, že to je vhodné, s vaší kolegyní se spojí a řeknou jí o vaší nabídce. Abyste zachovala soukromí vaší kolegyně, neměla byste o informacích, které se k vám dostaly, s nikým dalším mluvit.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se soukromí nebo osobních údajů, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, ředitelem právního oddělení, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem;** ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



VYUŽÍVÁNÍ ZDROJŮ SPOLEČNOSTI

Zdroje společnosti jsou určeny k tomu, aby pomáhaly zaměstnancům společnosti dosahovat obchodních cílů společnosti L'ORÉAL. Nesprávně použité nebo vyplývané zdroje společnosti, včetně pracovního času zaměstnanců, poškozují nás všechny a mají negativní vliv na provozní a finanční výkon společnosti L'ORÉAL.

Musíme

- + respektovat a chránit majetek společnosti před ztrátou, poškozením, zneužitím a plýtváním, nepůjčovat jej jiným, nepřevádět, neprodávat a nedarovat jej bez schválení vedením společnosti;
- + mít na paměti, že všechny majetek a dokumenty společnosti patří firmě L'ORÉAL.

Nesmíme

- využívat majetek společnosti pro osobní potřebu. Omezené využívání komunikačních nástrojů, jako je e-mail, telefon a Internet pro osobní účely může být přijatelné, pokud neznamená nepřiměřené náklady a nenarušuje váš pracovní výkon;
- nevhodně využívat počítačů, podnikových elektronických poštovních účtů a Internetu;
- využívat majetek, který náleží třetí straně (fotografie, filmy, články atd.), aniž bychom si ověřili, že je společnost L'ORÉAL oprávněna jej využívat;
- umožnit přístup k seznamům kontaktů / pracovnímu elektronickému adresáři prostřednictvím stránek sociálních médií (Facebook, LinkedIn atd.).

Je to etické?

11.1 - Mám podezření, že jeden z mých kolegů v pracovní době poskytuje za peníze obchodní poradenství jinde a používá k tomu podnikový notebook a e-mail. Zmínil jsem se o tom známému v oddělení informačních služeb. Má přístup k e-mailu toho člověka a nabídl mi, že bude trochu sledovat, co tento kolega dělá. Je to v pořádku?

Ne. Pokud máte takové podezření, měli byste si o tom promluvit přímo se svým nadřízeným. Existují specifické postupy posuzování zaměstnaneckých e-mailů pro zjišťování jejich zneužívání. I když váš známý z oddělení IT má k těmto účtům přístup, neměl by tohoto přístupu využívat pro tyto účely bez řádného pověření oficiální cestou.

11.2 - Naše domácí tiskárna se rozbila a moje žena potřebuje rychle odeslat svůj životopis v rámci žádosti o nové zaměstnání. Je v pořádku, pokud jí ho vytisknu v práci?

Pracovní počítač můžete využívat pro vytváření osobních dokumentů, pokud to není moc často, je to zdůvodnitelné, nepřekáží to plnění vašich pracovních povinností a děje se to mimo pracovní dobu.

11.3 - Dostávám pravidelně od svého kamaráda z jiného oddělení mailu obsahující „vtip dne“ který občas bývá opravdu dobrý. Rád bych je přeposílal svým kolegům na oddělení, aby začínali pracovní týden s úsměvem, ale nejsem si jistý, zda by mi to můj nadřízený dovolil. Co mám dělat? Mám svého nadřízeného z rozesílacího seznamu vyřadit?

Tyto „vtipy“ byste neměl přeposílat. Uvědomte si, že ne každý má stejný smysl pro humor jako vy. Především mějte na paměti, že podnikový e-mail a systémy přístupu k Internetu se v žádném případě nesmějí používat pro přístup, ukládání, rozesílání nebo zveřejňování materiálů, které jsou v rozporu s L'ORÉAL SPIRIT – zejména pokud jde o účtu k jednotlivci. Tyto materiály samozřejmě zahrnují pornografické nebo erotické obrázky, politický nebo náboženský obsah, rasistické komentáře nebo cokoli co podporuje násilí, nenávist nebo netoleranci.

11.4 - Mohu svým přátelům prodávat produkty, které nakupujeme v obchodě společnosti, bez navýšení ceny? A mohu jim je prodávat za tržní ceny?

Produkty, které si můžete zakoupit v obchodě společnosti, jsou určeny výhradně pro vaši osobní potřebu a pro potřebu vaší rodiny. Proto je nesmíte prodávat za jakoukoli cenu.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se využívání zdrojů společnosti, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem; Ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (viz také kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



FINANČNÍ A OBCHODNÍ VÝKAZY A BOJ PROTI PRANÍ ŠPINAVÝCH PENĚZ

Všichni jsme povinni zajistit, aby všechny naše výkazy, finanční nebo jiné, byly přesné. Pro naše podnikání je podstatná přesnost. Přesnost je podstatnou součástí zákonnosti, čestnosti a efektivnosti našeho podnikání. Především je důležité poskytovat transparentní, pravidelné a spolehlivé informace našim akcionářům. Dále nesmíme dopustit, aby se naše aktivity zneužívaly k praní peněz získaných trestnou činností.

Musíme

- + za každých okolností plnit svou roli v udržování přesných finančních a obchodních výkazů, ať už finančních, nebo nefinančních;
- + vést záznamy s odpovídající mírou zabezpečení a dodržovat všechny pokyny pro jejich uchovávání;
- + dodržovat interní postupy hloubkové prověrky, abychom měli jistotu, že pracujeme s klienty, kteří provozují legální aktivity a jejichž finanční prostředky nepocházejí z trestné činnosti;
- + spolupracovat s našimi externími i interními auditory.

Nesmíme

- prodávat, převádět ani jinak disponovat s jakýmkoliv majetkem společnosti L'ORÉAL bez řádného schválení a dokumentace
- přijímat hotovostní transakce. Pokud nebude jiná možnost a pokud půjde o částku, u níž takovou transakci povoluje zákon, musí být každá hotovostní transakce výslovně schválena, řádně zaznamenána a dokumentována.
- realizovat platby tajně s využitím třetích stran.

Je to etické?

12.1 - Byl jsem požádán o kontrolu zprávy o prodejších sestavené mým nadřízeným v rámci roční účetní uzávěrky. Při této kontrole jsem narazil na něco, co považuji za chybu, které si pravděpodobně nikdo jiný nevšiml. Bojím se zmínit se o ní, protože si nechci poškodit dobré vztahy s mým nadřízeným. Co mám dělat?

Důvod, proč jste byl požádán o kontrolu zprávy, je ten, abyste objevil případné chyby. Pokud zjištěnou chybu neoznámíte, nesplníte řádně úkol, který jste dostal, a nesloužíte zájmům společnosti. Měl byste svému nadřízenému říci, co jste zjistil. Nemá důvod se proto na vás hněvat, naopak děláte dobře, že nedovolíte, aby se do oběhu dostaly nepřesné informace.

12.2 - Život je občas příliš hektický a ne vždycky se mi podaří najít všechny účtenky na výdaje, které potřebuji, abych si služební výdaje mohl nechat proplatit. Je v pořádku, když přidám několik málo fiktivních položek výdajů, které jsou nižší než částka, o jejíž proplacení žádám, jen abych dostal správný celkový součet? Není to v žádném případě nečestné, protože danou částku jsem skutečně pro pracovní účely vynaložil. Je to jen proto, abych mohl dostat, co mi právem náleží.

Ne. Není to v pořádku. Znamená to, že záznamy o výdajích jsou nepřesné, a to povede k nepřesným účetním výkazům. Musíte odpovědně vyhledat všechny účtenky, to je jediná záruka, že dostanete vyúčtování, které vám náleží.

12.3 - Jeden z našich zákazníků se zeptal, jestli může platit různými platebními způsoby a kombinovat hotovost a šeky. Je to v pořádku? Co mám dělat?

Při takových transakcích musíte být zvlášť opatrný. Může se jednat o praní špinavých peněz, což je proces, při kterém se maskují prostředky získané nelegálním způsobem (například z transakcí s drogami...) nebo jde o snahu legalizovat je. Proto musíte učinit všechny možné kroky, abyste se ujistil, že se jedná o transakci v dobré víře. Platby tohoto charakteru smíte přijmout pouze za výjimečných okolností a pokud k tomu získáte souhlas svého nadřízeného. Toto jsou některé varovné signály, že se nejedná o legální prostředky: platba je prováděna v jiné měně, než je měna faktury, zákazník se snaží platit hotovými penězi, platbu realizuje někdo, kdo není smluvní stranou daného obchodu, platba je realizována z jiného účtu, než který zákazník používá v běžném obchodním styku, zákazník žádá, aby mu bylo povoleno zaplatit víc, než dluží. Pokud by se platba měla uskutečnit z účtu, který není veden na jméno společnosti, jež je smluvní stranou obchodu, je třeba ji odmítnout.

+ DALŠÍ INFORMACE:

Máte-li zájem o podrobnosti o přesnosti finančních a obchodních záznamů a boji proti praní špinavých peněz, pročtěte si dokument „Jak konkurujeme“.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se přesnosti finančních a obchodních záznamů, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým vedoucím s vedoucím finančního oddělení, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem;** ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).

NEDOVOLENÉ OBCHODOVÁNÍ

I když společnost L'ORÉAL nechce omezovat svobodu svých zaměstnanců při rozhodování o vhodných osobních investicích, musí si každý z nás být vědom pravidel, která platí pro „nedovolené obchodování“.

Musíme

- + si být vědomi, že používání důvěrných informací pro rozhodování o investicích by mohlo porušovat zákony o nedovoleném obchodování
- + zachovávat důvěrnost veškerých vnitřních informací, k nimž máme přístup, aby nemohlo dojít k jejich náhodnému prozrazení.

Nesmíme

- kupovat ani prodávat akcie společnosti L'ORÉAL ani jiné společnosti na základě získaných vnitřních informací o této společnosti;
- sdělovat vnitřní informace nikomu mimo společnost, včetně svých rodinných příslušníků;
- sdělovat vnitřní informace nikomu ve společnosti.

Je to etické?

13.1 - Nejsem odborník na právo. Co přesně znamenají „vnitřní informace“?

„Vnitřní informace“ je pojem definovaný v zákoně. V širokém smyslu znamená informace, které nejsou dostupné veřejnosti a které by rozumný investor zohlednil jako jeden z faktorů při rozhodování o investici. Tyto informace se mohou týkat skupiny společností L'ORÉAL, jejích aktivit, jejích zákazníků nebo dodavatelů, nebo jiné společnosti, se kterou je skupina společností L'ORÉAL v kontaktu. Další informace najdete v dokumentu Burzovní etika společnosti L'ORÉAL.

13.2 - Právě jsem slyšel, že se společnost L'ORÉAL chystá zakoupit jinou společnost. Vypadá to jako ideální příležitost k nákupu cenných papírů jedné nebo druhé společnosti – nebo obou, protože jejich hodnota půjde nahoru, až bude transakce veřejně oznámena. Je v pořádku, když si cenné papíry koupím?

Ne, to rozhodně není. Jako zaměstnanec společnosti L'ORÉAL budete pravděpodobně považován za držitele vnitřních informací, který nemůže prodávat a kupovat akcie žádné ze společností, které vstoupí do této transakce, dokud nebude transakce veřejně oznámena.

13.3 - Vím, že nemohu kupovat akcie společnosti L'ORÉAL na základě vnitřních informací sám osobně. Ale co kdybych se „jako náhodou“ zmínil své přítelkyni, že by mohlo být dobré si koupit nějaké akcie společnosti? Bylo by to v pořádku?

Ne. To by bylo stejně nepřijatelné, jako kdybyste akcie kupoval sám. A i kdyby vaše přítelkyně vaše doporučení nevyužila, porušení našich etických pravidel a zákona byste se dopustil už jen tím, že byste tyto informace šířil.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se nedovoleného obchodování, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, ředitelem právního oddělení, interním poradcem pro otázky burzovní etiky nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“). Dávejte pozor, abyste neprozradili žádné vnitřní informace, které máte k dispozici.



Společnost L'ORÉAL se snaží být dobrým občanem společnosti všude, kde působí. To mimo jiné znamená, že pečlivě dodržuje daňové zákony a platí místní daně, jak je tyto zákony vyžadují.

Musíme

- + vést přesné a úplné účetní záznamy a výkazy pro daňové účely;
- + zpracovávat daňové formuláře.

Nesmíme

- vědomě dopustit, aby se společnost L'ORÉAL vyhýbala plnění svých daňových závazků.

Je to etické?

14.1 - Oslovil mne dodavatel s tím, že má dobrý a spolehlivý návod, jak bychom mohli ušetřit peníze. Nabízí přeměrování dokumentů pro nákup objednávky jejich zboží z konce roku přes třetí zemi za účelem vyhnout se placení prodejní daně (DPH), kterou by nám jinak museli účtovat. Vypadá to dobře, mohu to schválit?

Ne. Jakýkoliv pokus o úplný daňový únik – kterým by ve svém důsledku tato akce byla – je nezákonný a neetický. Rozpočet společnosti L'ORÉAL počítá s placením všech zákonných daní, ke kterým je společnost povinná.

14.2 - Obávám se, že jsem před několika lety udělal chybu v daňovém formuláři, díky níž jsme tehdy zaplatili daň podle nižší sazby. Co mám dělat?

Obecně můžeme říci, že naše společnost daně platí podle pravidel, jež stanoví místní zákony, a daňové úřady ji považují za důvěryhodnou. Promluvte si o celé věci s vedoucím finančního oddělení nebo pracovníkem daňového oddělení skupiny. Ti ověří, jestli jste se skutečně dopustil chyby. Pokud se to potvrdí, poradí vám, jak kontaktovat daňové úřady, a rozhodnou, jaké kroky je třeba přijmout, aby vaši chybu v budoucnu někdo neopakoval.

14.3 - Média poměrně často informují o tom, že se různé společnosti vyhýbají daňovým povinnostem. Může se to stát i společnosti L'ORÉAL?

Společnost L'ORÉAL platí veškeré daně, které předepisují zákony zemí, v nichž provozuje obchodní činnost. Chápe to jako jeden ze způsobů, jak může podpořit země, ve kterých působí.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se daní, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým vedoucím s vedoucím finančního oddělení, vedoucím personálního oddělení, etickým korespondentem nebo daňovým oddělením skupiny**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



**„Naším cílem je učinit ze společnosti
L'ORÉAL ideální pracoviště. Víme, že naši
zaměstnanci jsou naší největší devizou.“**

Obsah

STRANA 30
Rozdílnost mezi lidmi

STRANA 33
Sexuální obtěžování



ZDRAVÍ, BEZPEČNOST A ZABEZPEČENÍ

Všichni zaměstnanci společnosti L'ORÉAL mají právo na zdravé, bezpečné a zabezpečené pracovní prostředí a úroveň bezpečnosti na pracovišti závisí na nás všech.

Musíme

- + činit všechna potřebná opatření pro udržování zdravého a bezpečného pracovního prostředí;
- + zajistit, abychom svým chováním nevystavovali riziku sebe ani druhé.
- + zajistit, abychom věděli, co dělat v případě mimořádné situace na pracovišti;
- + manažera pro bezpečnost pracoviště nebo své vedoucí okamžitě informovat o jakýchkoliv nehodách, a to i drobných, a také o jakémkoliv chování, vybavení nebo předmětech, které by mohly ohrozit bezpečnost našeho pracovního prostředí.

Nesmíme

- ignorovat podniková pravidla týkající se bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Je to etické?

15.1 - Můj manažer říká, že nespím dost a že bych neměl po práci tolik chodit za zábavou. Říká, že se bojí, že bych mohl usnout a mít nehodu. OK, jednou nebo dvakrát jsem byl trochu ospalý, ale svou práci si zastanu. Po tom mu přece nic není, co dělám po práci, ne? Copak nemám právo na soukromý život? Myslím, že můj manažer je malicherný. Co mám dělat?

Jak trávíte večer je jen a jen vaše záležitost. Ale pokud přicházíte do práce unavený a vaše únava představuje pro vás nebo pro ostatní riziko, má váš manažer právo o tom s vámi promluvit - i když by tak měl činit citlivě a s respektem k vašemu soukromí. I když respektujeme právo našich zaměstnanců na soukromí, chování, které může představovat ohrožení bezpečnosti zaměstnance nebo jeho kolegů, nelze připustit. Bezpečnost nezná kompromis.

15.2 - Můj nadřízený mi přikázal, abych výjimečně odstavil bezpečnostní prvek, který zpomaluje výrobní linku. Co mám dělat?

Žádné bezpečnostní nebo monitorovací zařízení nesmíte obcházet, odpojovat nebo deaktivovat bez předchozího souhlasu bezpečnostního technika. Pokud váš nadřízený na příkazu trvá, musíte se mu vzepřít a informovat o tom vedení závodu a personální oddělení. Bezpečnost je absolutní závazek, který nezná kompromis výrobních plánů ani jiné důvody pro obcházení.

15.3 - Jako obchodní zástupce často jezdím po setmění po velkých městech a po venkově. Někdy se necítím bezpečně. Hovořila jsem o otázce bezpečnosti se svým nadřízeným, ale on na moje obavy nereagoval. Mám si promluvit s někým jiným ve společnosti?

Ano. Měla byste kontaktovat vedoucího personálního oddělení a poradit se s ním o možnostech řešení své situace.

15.4 - Jeden z kolegů mi v poslední době připadá extrémně vystresovaný. Zkoušel jsem na to zavést řeč, ale nechtěl se mnou o tom mluvit. Včera dokonce omdlel. Co mám dělat?

Okamžitě o situaci informujte personální oddělení a nadřízeného svého kolegy, aby mohli co nejdříve reagovat. Pokud máte pochybnosti o tom, zda se to v tomto konkrétním případě děje, neváhejte na to upozornit příslušná místa.

15.5 - Právě jsem se dozvěděl, že jeden ze subdodavatelů na našem pracovišti pije. Není vlastně zaměstnancem společnosti L'ORÉAL. Mám se tím tedy vůbec zabývat?

Svému nadřízenému byste měl oznámit jakékoliv chování, které by mohlo ohrožovat bezpečnost vašeho pracovního prostředí nebo některého pracovníka.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se zdraví, bezpečnosti a zabezpečení, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, manažerem pro bezpečnost a ochranu zdraví, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem;** ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



ROZDÍLNOST MEZI LIDMI

Rozdílný původ a rozdílné schopnosti a perspektivy našich zaměstnanců jsou pro náš tým a jeho kreativitu velkým přínosem. Pomáhají nám vyvíjet a prodávat produkty, o jaké mají zákazníci opravdu zájem. Společnost L'ORÉAL obdivuje krásu ve všech jejích podobách.

Naše společnost nabízí všem stejné příležitosti. Podporuje profesní integraci lidí ze skupin, jež mají mezi zaměstnanci tradičně malé zastoupení, zejména z řad handicapovaných a málo zastoupených sociálních a etnických skupin.

Musíme

- + podporovat a prosazovat závazek společnosti L'ORÉAL respektovat rozdílnost mezi lidmi, zejména v souvislosti s personálními záležitostmi, marketingem, nákupem a podporou společnosti, kde působíme;
- + zajistit, aby naši dodavatelé, zákazníci a obchodní partneři znali strategii rozdílnosti mezi lidmi, kterou zastáváme.

Nesmíme

- kohokoli diskriminovat ani obtěžovat/šikanovat na základě jeho:
 - pohlaví,
 - tělesného postižení,
 - rodinného stavu nebo rodinné situace,
 - sexuální orientace,
 - věku,
 - politických a filozofických názorů,
 - náboženského vyznání,
 - odborové činnosti,
 - etnického, společenského, kulturního původu nebo národnosti.

Tento zákaz diskriminace se vztahuje nejen na nábor, ale i na všechna rozhodnutí týkající se školení, povyšování, dalšího zaměstnání a pracovních podmínek obecně a také na vztahy s dodavateli, klienty, obchodními partnery a třetími stranami.

Je to etické?

16.1 - Co přesně ve společnosti L'ORÉAL znamená slovo „diskriminace“? Znamená totéž, co říká zákon v mé zemi, nebo něco jiného?

První pravidlo zní, že společnost L'ORÉAL respektuje národní zákony, a proto může být potrestán každý zaměstnanec, který porušuje zákon o diskriminaci platný v jeho zemi. Ale mohou být země, kde zákony o diskriminaci povolují jisté chování, které společnost L'ORÉAL považuje za nepřijatelné. Například společnost L'ORÉAL je nejen proti přímé, ale i proti nepřímé diskriminaci.

Přímá diskriminace znamená cokoli, co se týká zaměstnání, školení, povýšení, délky zaměstnání a dalších aspektů pracovního života, ve kterých se některým nedostává stejných příležitostí jako ostatním.

Nepřímá diskriminace je působení, které na první pohled vypadá neutrálně, ale ve skutečnosti znamená znevýhodnění jisté osoby kvůli jejímu pohlaví, věku, postižení nebo jiné charakteristice.

16.2 - Personální oddělení mi navrhlo, abych do týmu přijal handicapovaného muže. Vím, že rozdílnost mezi lidmi je důležitou součástí kultury společnosti L'ORÉAL, ale bojím se, že by byl handicapovaný pracovník často nemocný a jeho častá nepřítomnost mohla narušit fungování týmu a také že bych mu musel poskytnout určité výhody nebo úlevy a ostatní členové týmu by mu je mohli závidět.

Vaše obavy vycházejí z tradičních předsudků. Zkušenost ukazuje, že přítomnost handicapovaného člověka vztahy na pracovišti nijak zásadně nemění. U handicapovaných uchazečů o práci jsou stejně jako u všech ostatních rozhodující jejich schopnosti. Jediný rozdíl je v tom, že se systematicky prověřuje, zda jim budou vyhovovat podmínky konkrétní pracovní pozice. A v některých případech, ve skutečnosti velmi zřídka, je nutné provést určité úpravy.

16.3 - Jedna z členek mého týmu nedávno oslavila 50. narozeniny. Chtěl jsem uspořádat malou oslavu, ale ona to odmítla s tím, že společnost L'ORÉAL starším lidem nenabízí příležitosti k dalšímu profesnímu růstu a že nechce upozorňovat na svůj věk. Co bych jí k tomu měl říct?

Uklidněte ji a doporučte jí, aby se sešla s vedoucím personálního oddělení a promluvila si s ním o svém kariérním plánu. Společnost L'ORÉAL chce každému zaměstnanci bez ohledu na věk umožnit dynamickou kariéru a také to, aby se o její rozvoj aktivně zasazoval.

16.4 - Jeden z mých kolegů nevybral dodavatele, který podle mého názoru naprosto splňoval všechny naše požadavky. Vzhledem k tomu, jak se o něm vyjadřoval, se obávám, že důvodem byl národnostní a etnický původ dodavatele. Co mám dělat?

Diskriminace na základě barvy pleti a národnostního či etnického původu je z pohledu společnosti L'ORÉAL zcela nepřijatelná. Znamená odpírání respektu, který si zaslouží každý z nás. Zkuste si o případu promluvit s korespondentem pro diverzitu nebo na problém upozorněte svého nadřízeného či vedoucího oddělení nákupu.

16.5 - Nelíbí se mi nevkusné vtipy o některých mých homosexuálních spolupracovnících, které slyším. Co mám dělat? Měla bych se obrátit na personální oddělení?

Homofobii naprosto nemůžeme tolerovat. Každý z nás má právo na úctu ostatních. Chceme vytvořit otevřené pracovní prostředí, v němž něměž se budeme všichni cítit dobře. Setkáte-li se s problémem tohoto typu, pokuste se kolegům, kteří nevhodné vtipy dělají, vysvětlit, že jejich chování je nepřijatelné. Pokud to nepochopí, obraťte se na svého nadřízeného, vedoucího personálního oddělení, korespondenta pro diverzitu nebo etického korespondenta.

16.6 - Rád zakončuji pracovní týden v pátek odpoledne setkáním, na kterém diskutuji o problémech, které během týdne nastaly. Vím, že to představuje pro dva členy mého týmu problém, protože chtějí v pátek z náboženských důvodů odejít dříve. Jedná se o nepřímou diskriminaci?

Mohlo by se jednat o nepřímou diskriminaci, pokud nemáte zvláštní důvod konat toto setkání právě v pátek odpoledne, nebo pokud by se našly vhodnější způsoby uspokojení této potřeby. Zdá se, že tato schůzka je opravdu potřeba (pro monitorování pokroku vašeho týmu a zodpovídání jeho dotazů), ale musíte ji pořádát zrovna v pátek odpoledne? Nedosáhli byste stejných výsledků, kdyby se schůzka konala v pátek dříve – nebo třeba v pondělí ráno?

16.7 - Často slýchám, že rozdílnost mezi lidmi je ve skupině našich společností důležitá. Znamená to, že bych měl najímat a povyšovat jen ženy nebo příslušníky etnických menšin?

Ne, to se od vás neočekává. Společnost L'ORÉAL najímá zaměstnance podle zásluh, a proto musíte pro každé místo vždy vybrat nejlepšího kandidáta. Ale pamatujte, že rozdílnost mezi lidmi není omezena jen na ženy nebo etnické skupiny. Zahrnuje i další skupiny, které jsou často diskriminovány, jako například handicapovaní lidé, starší lidé apod.

16.8 - Patřím-li ke stejné církvi jako někteří z mých kolegů, smím je pozvat do své náboženské skupiny?

Zaměstnance stejného náboženského smýšlení do své komunity pozvat můžete. Upozorňujeme však, že každý musí respektovat přesvědčení ostatních. To znamená, že se je nesmí snažit obracet na vlastní víru.

16.9 - Brzy odejdu na mateřskou dovolenou, a tak přemýšlím o tom, co mě čeká po návratu do zaměstnání a jak přestávka ovlivní mé kariérní vyhlídky. Na koho bych měla směřovat své otázky?

Společnost L'ORÉAL zaměstnankyně na mateřské dovolené podporuje. Kromě placené mateřské dovolené jim zaručuje také opětovné zařazení do týmu po jejím ukončení, a to na pozici, kterou zastávaly před svým odchodem, nebo na jinou pozici na stejné úrovni a s obdobným mzdovým ohodnocením. Doporučujeme vám, abyste si o tom ještě před odchodem na mateřskou dovolenou promluvila s vedoucím personálního oddělení.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se rozdílnosti mezi lidmi, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení, korespondentem pro diverzitu nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



OBTĚŽOVÁNÍ A ŠIKANA

Každý z nás má právo na úctu a lidskou důstojnost. Ve společnosti L'ORÉAL je tato zásada základem našeho způsobu práce. Jakékoliv jednání, které by mohlo toto právo porušovat, a především jakákoliv forma obtěžování nebo šikany, je nepřijatelná.

Musíme

- + podporovat závazek společnosti L'ORÉAL vytvořit pracovní prostředí bez obtěžování a šikany;
- + být zdvořilí: jednat se svými kolegy a obchodními partnery tak, jak bychom si přáli, aby oni jednali s námi.

Nesmíme

- nikomu vědomě ubližovat ani nikoho obtěžovat a navádět, aby udělal chybu.

Je to etické?

17.1 - Co přesně ve společnosti L'ORÉAL znamenají slova „obtěžování“ a „šikana“? Myslím, že v naší zemi na to neexistuje zákon.

První pravidlo zní, že společnost L'ORÉAL respektuje místní zákony, a proto může být potrestán každý zaměstnanec, který porušuje zákon o obtěžování a šikaně ve své zemi. Ale mohou být země, kde se nám zdá, že zákony povolují jisté chování, které společnost L'ORÉAL považuje za nepřijatelné. Podle okolností může být za nepřijatelné považováno toto chování:

- chování vedoucí k ublížení nebo rozhněvání
 - vědomé způsobení chyby druhého,
 - ponižování či zastrašování,
 - fyzická nebo sociální izolace („tiché ignorování“),
- K obtěžování může docházet i mezi kolegy. Ve vaší zemi nemusí na toto téma existovat konkrétní zákon. Pravděpodobně však přesto zjistíte, že toto chování je zákonem zakázáno, i když pod jiným názvem.

17.2 - Můj šéf někdy dost zastrašuje. Víím, že nás tlačí, abychom odváděli co nejlepší práci, ale občas dokáže člověka opravdu ponížit, a to ovlivňuje morálku celého týmu. Existuje možnost s tím něco udělat?

Od vašeho šéfa se čeká, že povede tým ke kvalitě, která se od společnosti L'ORÉAL očekává. To může znamenat, že bude komentovat nebo kritizovat práci jednotlivých členů týmu. Avšak vedoucí současně musí se svým týmem zacházet s úctou a přiměřenou citlivostí. Pokud máte pocit, že zacházení vašeho šéfa s vámi není profesionální, snažte se si s ním o tom promluvit. Můžete se rovněž obrátit na vedoucího vašeho personálního oddělení. Dobré pracovní prostředí vznikne jedině tam, kde se všichni budeme navzájem podporovat a kde se všichni zapojíme – včetně vedení.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se obtěžování a šikany, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



SEXUÁLNÍ OBTĚŽOVÁNÍ

Každý z nás má právo na úctu a lidskou důstojnost. Ve společnosti L'ORÉAL je tato zásada základem našeho způsobu práce. Jakékoliv jednání, které by mohlo toto právo porušovat, především jakákoliv forma sexuálního obtěžování, je nepřijatelné.

Musíme

- + podporovat závazek společnosti L'ORÉAL vytvořit pracovní prostředí bez sexuálního obtěžování;
- + se zdržet jakéhokoli sexuálního obtěžování, ať už ve vztahu k zaměstnancům, nebo k osobám zvnějšku, tedy třetím stranám, s nimiž se při práci setkáváme.

Nesmíme

- se dále chovat způsobem, který je označen za nežádoucí.

Je to etické?

18.1 - Co přesně ve společnosti L'ORÉAL znamená výraz „sexuální obtěžování“? Znamená totéž, co říká zákon v mé zemi, nebo něco jiného?

První pravidlo zní, že společnost respektuje místní zákony, a proto může být potrestán každý zaměstnanec, který porušuje zákon o sexuálního obtěžování své země. Ale mohou být země, kde se nám zdá, že zákony povolují jisté chování, které společnost L'ORÉAL považuje za nepřijatelné. Podle okolností může být jisté chování kvůli své závažnosti nebo četnosti považováno za nevhodné, jedná se o:

- nežádoucí nebo nevhodný fyzický kontakt, e-mail, vtipy, pohledy a gesta, poznámky, návrhy nebo požadavky sexuální povahy,
- distribuce nebo vystavování dokumentů, plakátů, předmětů apod. sexuální povahy;
- podmiňování kariérního postupu či poskytnutí zaměstnaneckých výhod souhlasem s aktivitami sexuální či romantické povahy.

Sexuální obtěžování se může týkat jak žen, tak mužů. Může k němu docházet na pracovištích společnosti L'ORÉAL i kdekoli jinde, kde realizujeme pracovní aktivity.

18.2 - Jedna z kolegyně si na večírku našeho týmu všimla, že se k ní náš nadřízený chová nevhodně – jak ve verbální rovině, tak v rovině řeči těla. Bojí se však o tom promluvit nahlas, aby nebyla považována za prudérní nebo aby neohrozila svou další kariéru. Co s tím mám dělat?

Měla byste povzbudit kolegyni, aby si promluvila přímo s nadřízeným, pokud by jí to nevadilo. Jestliže by jí to bylo nepříjemné, může se obrátit také na personální oddělení. Pokud vaše kolegyně neudělá nic, měla byste na toto chování personální oddělení upozornit sama, i když neznáte všechny podrobnosti nebo jste si toho sama nevšimla. Je důležité zastavit urážlivé chování než přeroste únosnou míru.

18.3 - Mám schůzku s klientem, který se mne pokaždé dotýká a trusí poznámky o mé postavě a o tom, že kdybych s ním šla na večeři, odebíral by od nás víc zboží. Je to klient, ne kolega ze společnosti L'ORÉAL, a tak nevím, jestli by společnost mohla nějak zasáhnout.

Měla byste si promluvit se svým nadřízeným nebo vedoucím personálního oddělení. Společnost L'ORÉAL své zaměstnance před sexuálním obtěžováním chrání vždy, i když jde o obtěžování ze strany obchodních partnerů.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se sexuálního obtěžování, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



RESPEKTUJEME NAŠE ZÁVAZKY **JAKO ODPOVĚDNÝ OBČAN**

„Hrajeme svou roli při tvorbě světa krásy a cti.“

Obsah

STRANA 35
Politická činnost a lobbování

STRANA 36
Péče o životní prostředí

STRANA 37
Příspěvky společnosti



POLITICKÁ ČINNOST A LOBBOVÁNÍ

Společnost L'ORÉAL nepřispívá na činnost politických stran, politiků ani souvisejících institucí. Jako přední výrobce kosmetických produktů však považuje za svou povinnost jednat proaktivně a účastnit se veřejného rozhodovacího procesu v zemích, kde působí.

Společnost L'ORÉAL respektuje právo svých zaměstnanců účastnit se jako soukromé osoby politického procesu – pokud při tom nebudou vystupovat jako zástupci společnosti.

Musíme

- + účastníme-li se jako soukromé osoby politických aktivit, jasně deklarovat, že nijak nezastupujeme společnost L'ORÉAL;
- + informovat svého nadřízeného v případě, že by nám naše politické aktivity bránily v plnění povinností vůči společnosti L'ORÉAL nebo že by hrozilo směřování našich soukromých politických postojů a politických postojů společnosti L'ORÉAL (viz kapitola „Konflikty zájmů“)
- + důsledně dodržovat pravidla společnosti L'ORÉAL týkající se darů a požitků a prevence úplatkářství (viz kapitola „Úplatky a finanční pobídky“).

Nesmíme

- využívat prostředky a zdroje společnosti (včetně pracovní doby, telefonů, papíru, e-mailu a dalšího majetku společnosti) na podporu své osobní politické činnosti;
- na pracovišti propagovat své politické názory;
- vytvářet dojem, že společnost L'ORÉAL podporuje naše soukromé politické aktivity;
- se bez výslovného pověření ze strany vedoucího pro danou zemi/jednotku a bez řádné registrace do registru lobbistů, pokud takový registr existuje, účastnit diskuse se zástupci státních orgánů ani představiteli politických stran ohledně místních či mezinárodních právních předpisů.

Je to etické?

19.1 - Provádím dobrovolnou práci pro místního kandidáta politické strany, jehož politika je do značné míry v souladu s hodnotami společnosti L'ORÉAL. Mohu použít kopírku společnosti pro rozmnožení několika letáků?

Ne. Nepoužívejte pracovní dobu a zdroje společnosti na podporu politické činnosti.

19.2 - Můj nadřízený se mne zeptal, jestli bych nechtěl poskytnout dar na politickou kampaň jeho dcery, která se chce stát starostkou. Je to vhodné?

Ne. I když na vás váš nadřízený netlačí, je takový požadavek nevhodný, i kdyby byl zcela neviný, a může být považován za jistou formu nátlaku.

19.3 - Chci kandidovat na politickou funkci ve vedení našeho města. Na plakátech mám v úmyslu uvést, že pracuji pro společnost L'ORÉAL.

To není vhodné, protože by to mohlo být chápáno tak, že společnost L'ORÉAL vaši kandidaturu nepřímo podporuje.

19.4 - Co přesně je lobbování? V médiích se o něm často hovoří v příliš lichotivém kontextu.

Lobbování je činnost, prostřednictvím níž se zapojujeme do veřejného rozhodovacího procesu, který se týká právních předpisů, jež pravděpodobně budou mít vliv na naši činnost. Cílem je, aby zákonodárci skutečně porozuměli tomu, jakým způsobem se nás předpisy mohou dotknout. Pokud dospějeme k závěru, že by nás předpisy mohly poškodit, snažíme se na to upozornit a omezit negativní důsledky. Společnost L'ORÉAL pravidelně zveřejňuje svá stanoviska a vyjádření ke státním orgánům a institucím, s nimiž a prostřednictvím nichž se debaty účastní. Přitom se vždy důsledně drží veškerých platných zákonů.

19.5 - Měli by zaměstnanci svůj politický názor a přesvědčení vyjadřovat na pracovišti?

Společnost L'ORÉAL respektuje právo svých zaměstnanců účastnit se jako soukromé osoby politického procesu. Na pracoviště však politické debaty nepatří.

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se politické činnosti nebo lobbování, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



PÉČE

O ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

Společnost L'ORÉAL respektuje ochranu životního prostředí a snaží se minimalizovat dopad své činnosti na životní prostředí. Snažíme se otevřeně hovořit o tom, čeho jsme v této oblasti dosáhli, i o tom, co je ještě potřeba vyřešit. Řada činností, které slouží k uvádění našich výrobků na trh, má přímý dopad na životní prostředí. Každý z nás je odpovědný za snižování tohoto dopadu všude tam, kde je to možné. Každý malý krůček tímto směrem má smysl.

Musíme

- + realizovat závazek společnosti L'ORÉAL usilovat o zavádění procesů přátelských k životnímu prostředí;
- + upřednostňovat obnovitelné zdroje a ekologické obaly;
- + přemýšlet o tom, jak naše chování ve všech aspektech naší práce ovlivňuje životní prostředí, abychom byli schopni tento vliv omezovat všude, kde je to možné: například omezováním zbytečného cestování, šetřením vodou a energií a omezováním tvorby odpadu. Pokud je tvorba odpadu nevyhnutelná, měli bychom zajistit recyklaci odpadových materiálů nebo jejich odpovědnou likvidaci. I malá gesta, jako například třídění odpadu v jídelnách společnosti, mohou mít podstatný vliv;
- + učinit všechna nezbytná opatření pro prevenci a zastavení porušování ekologické strategie společnosti L'ORÉAL;
- + ihned hlásit všechny úniky nebo neobvyklé emise do vzduchu nebo vody našemu nadřízenému nebo manažerovi pro bezpečnost a ochranu zdraví.

Nesmíme

- ignorovat podniková pravidla týkající se péče o životní prostředí.

Je to etické?

20.1 - Nastala porucha zařízení pro snižování emisí na významné části výrobní linky. Právě jsem se dozvěděl, že bude trvat tři dny, než přijdou náhradní díly a bude možno provést opravu. Můžeme si dovolit zastavit výrobu na takovou dobu, když máme plnit tak obrovské množství zakázek?

Není jiná možnost. Náš závazek dodržovat dobrou ekologickou praxi má přednost před krátkodobým ziskem nebo výrobními plány. Stroj nesmí být provozován bez jeho ekologických ochranných prvků. Musíte uvědomit svého nadřízeného, který vám pomůže vymyslet řešení.

20.2 - Pokud nebudeme porušovat místní zákony, musíme dodržovat ekologické normy společnosti L'ORÉAL, i kdyby nás to stavělo do konkurenční nevýhody?

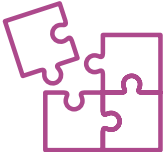
Závazek společnosti L'ORÉAL k životnímu prostředí je větší než jen dodržování místních zákonů. Pokud máte dojem, že je v sázce naše konkurenceschopnost, měl byste si promluvit se svým nadřízeným.

+ DALŠÍ INFORMACE:

Máte-li zájem o podrobnosti o strategii společnosti L'ORÉAL týkající se péče o životní prostředí, pročtěte si dokument „Targets 2020: Sharing Beauty with All” (Cíle 2020: podělme se o krásu se všemi)

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se péče o životní prostředí, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, manažerem pro bezpečnost a ochranu zdraví, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem;** ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).



PŘÍSPĚVKY SPOLEČNOSTI

Společnost L'ORÉAL je odpovědným občanem, dobrým sousedem a oddaným členem společnosti, ve které podniká. Podporujeme účast našich zaměstnanců ve veřejném životě.

Musíme

- + si uvědomit, že dobročinnost je dlouhodobý závazek. Veškeré akce, bez ohledu na jejich rozsah, musejí být realizovány s jasnou představou o tom, jak přispějí k budování dlouhodobého partnerského vztahu.

Nesmíme

- společnost L'ORÉAL spojit s akcemi, které nejsou v souladu s našimi etickými principy a dobročinnou strategií skupiny;
- nutit zaměstnance ani obchodní partnery, aby věnovali dary či finanční prostředky na dobročinné projekty, jež společnost L'ORÉAL podporuje.

Je to etické?

21.1 - V rámci dobročinného projektu, do kterého jsem zapojen, jsem byl dotázán, zda by společnost nemohla projektu věnovat bezplatně několik svých výrobků na jeho podporu. Víím, že existuje mnoho šamponů a sprchových gelů, které mají být zničeny, protože mají zastaralé obaly. Mohl bych zařídit jejich převzetí, aniž by o tom kdokoli věděl. Můžu jim tyto šampony dát?

Společnost L'ORÉAL chce vaše dobročinné snahy podporovat, pokud jsou ovšem v souladu se strategií společnosti. Měl byste uvědomit svého nadřízeného, který posoudí, zda je tato konkrétní charitativní akce v souladu se strategií společnosti a navrhne ji osobě, která je ve vaší zemi odpovědná za dobročinné akce.

21.2 - Nemocnice, ve které působím jako dobrovolný pracovník, nás všechny požádala, zda bychom jí nepomohli najít nové dobrovolníky, a chce, abych se pokusil více zapojit společnost L'ORÉAL. Víím, že řada z mých kolegů by měla zájem. Mám si s nimi promluvit přímo?

Pokud tato nemocnice představuje příležitost k dobrovolné práci, která je v souladu s celkovou dobročinnou strategií společnosti L'ORÉAL, měl byste si promluvit se svým nadřízeným a zjistit od něj, zda by nebylo možno zajistit navázání partnerského vztahu mezi naší společností a nemocnicí. Společnost L'ORÉAL se snaží být víc než jen „plátcem finančních příspěvků“ a vytváří partnerské vztahy, které kombinují finanční příspěvky s příspěvky jiného druhu, ale také dobrovolnou činností zaměstnanců a především sdílení odborných znalostí, které pomohou druhým. Mohl byste se pro tento projekt stát podnikovým patronem a vytvořit společně se společností smysluplný dlouhodobý sponzorský program.

⊕ DALŠÍ INFORMACE:

Máte-li zájem o podrobnosti o příspěvcích společnosti L'ORÉAL společnosti, přečtěte si dokument „Targets 2020: Sharing Beauty with All“ (Cíle 2020: podělme se o krásu se všemi)

OpenTalk

Na koho se obrátit: Pokud narazíte na problém týkající se příspěvků společnosti, nenechávejte si to pro sebe. Proberte problém **se svým nadřízeným, vedoucím personálního oddělení nebo etickým korespondentem**; ti vám poskytnou potřebnou podporu a pomoc (rovněž viz kapitola „Mám obavy: mluvíme otevřeně“).

ROLE MANAŽERA

Jako manažer máte odpovědnost navíc, protože:

- jdete příkladem a propagujete etické chování
- rozhodujete o složitějších a obtížnějších otázkách
- váš tým se na vás obrací o radu a pomoc.

Jak jít příkladem

Kromě toho, že se každý den budete chovat naprosto příkladně, můžete význam etického chování ve společnosti L'ORÉAL zdůraznit také jednoduchými gesty, například tím, že:

- ve své kanceláři vyvěsíte L'ORÉAL SPIRIT,
- budete mít vždy při ruce etický kodex,
- svému týmu nikdy ani náznakem nenavrhnete, aby ignoroval etický kodex,
- si vždy uděláte čas, abyste s etickým kodexem seznámili nové zaměstnance,
- budete během celého roku (ne jen v Den etiky) rozebírat etická témata,
- budete pravidelně hovořit o etických dilematech, která při práci mohou vyvstat,
- v rámci každoročního hodnocení zaměstnanců podrobně vysvětlíte etické kompetence, jako je například jednání či vedení týmu s citlivým lidským přístupem nebo plnění cílů čestně a poctivě,
- při každé příležitosti vyslovíte uznání zaměstnancům, kteří se zachovávají velmi eticky a odvážně.

Zaměstnanci někdy mohou váhat, zda se na vás v souvislosti s etickými problémy a otázkami obrátit. Aby jim takový postup připadal přirozený, můžete jim pravidelně připomínat, že jejich problémy rádi vyslechnete a že zaměstnancům, kteří v dobré víře upozorní na problém, nehrozí žádná odvetná opatření.

Jak etické zásady uplatňovat v rozhodovacím procesu

Máte-li o něčem rozhodnout, projděte si otázky v oddíle „Jak tento kodex používat“. Pamatujte si, že fakt, že něco máte právo udělat, ještě neznamená, že to je v souladu s etickými principy skupiny.

Pokud konkrétní postup zvolíte z etických důvodů a s ohledem na pravidla o důvěrnosti, vysvětlíte to svému týmu. Zaměstnanci tak z vašich kroků budou moci čerpat poučení a inspiraci.

Jak odpovídat na otázky podřízených

Podrobně se seznámte s veškerými etickými strategiemi skupiny. Jako vedoucí je musíte tlumočit svému týmu. Na zaměstnance, kteří vás vyhledají, si vždycky udělejte čas: začít hovor o otázkách tohoto typu pro ně zpravidla není snadné.

Pokud jejich otázky nedokážete zodpovědět sami, musíte je odkázat na člověka, který jim bude schopen pomoci.

Co je pro mne jako manažera důležitější: plnění mých povinností v oblasti finančních a obchodních cílů společnosti, nebo cílů, jež stanoví etický kodex?

Obě povinnosti jsou naprosto slučitelné – a přímo provázané. Když budete dělat správné věci ze správných důvodů, vždycky budete dobrým obchodníkem. Zájmům společnosti nikdy neposloužíte neetickým nebo nezákonným obchodním jednáním.

Jsou etické principy závazné pro vedoucí pracovníky na všech úrovních, i na té nejvyšší?

Etické principy platí pro všechny. Čím větší má konkrétní pracovník pravomoci, tím příkladněji by se měl chovat. Uplatňování dvojího metru by bylo nepřijatelné a v rozporu s etickými zásadami společnosti L'ORÉAL.

Vydal:

Starší vicepresident a vrchní ředitel pro etiku
L'ORÉAL

Ústředí:

41, rue Martre
92117 CLICHY CEDEX
Francie

Sídlo:

14, rue Royale
75008 PARIS
Francie

*<http://ethics.loreal.wans>
www.loreal.ethics.com*

Fotografie:

Stéphane de Bourgies, Stéphane Patti. Všechna práva
vyhrazena.

Grafické zpracování: meanings
www.meanings.fr

