



**CÙNG NHAU,
CHÚNG TA XÂY DỰNG
IMPERIAL BRANDS**



**IMPERIAL
BRANDS**



**QUY TẮC ỨNG XỬ
CỦA CHÚNG TA**

THÁNG 9 NĂM 2024

MỤC LỤC

- Mục đích, tầm nhìn và hành vi của chúng ta
- Bạn đồng nghiệp thân mến
- Giới thiệu
- Đưa ra quyết định hợp đạo đức
- Lên tiếng



- Người tiêu dùng của chúng ta
- Nhân viên của chúng ta
- Tài sản và danh tiếng của công ty
- Tính chính trực trong kinh doanh của chúng ta
- Môi trường và xã hội
- Bảng thuật ngữ
- Chính sách và tài liệu tham khảo nội bộ [↗](#)

MỤC ĐÍCH, TẦM NHÌN VÀ HÀNH VI CỦA CHÚNG TA

MỤC ĐÍCH CỦA CHÚNG TA

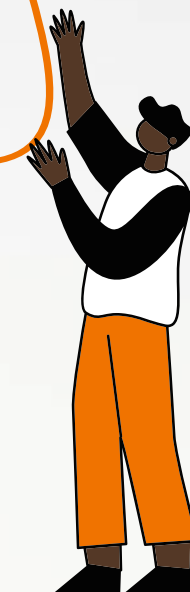
“Mở lối hành trình đến tương lai khỏe mạnh hơn để tận hưởng những phút giây thư giãn và vui vẻ.”

TẦM NHÌN CỦA CHÚNG TA

“Xây dựng doanh nghiệp mạnh mẽ nhờ có trách nhiệm, trọng tâm và lựa chọn đúng đắn.”

HÀNH VI CỦA CHÚNG TA

“Hành vi của chúng ta xác định phương thức hành động, đưa ra quyết định và đối xử với nhau.”



HÀNH VI CỦA CHÚNG TA



Bắt đầu từ người tiêu dùng

- Mọi việc chúng ta làm đều phải bắt đầu với suy nghĩ hướng về người tiêu dùng
- Chú trọng việc hiểu rõ người tiêu dùng
- Đưa ra những lựa chọn khắt khe nhất, không ngừng tìm hiểu, đặt câu hỏi, sử dụng dữ kiện và dữ liệu, tìm kiếm những quan điểm thay thế để kiểm tra tư duy của bạn
- Kết hợp dữ liệu và thông tin chuyên sâu, cũng như bản năng và kinh nghiệm để đưa ra quyết định
- Đảm bảo chất lượng trong công việc bạn làm

Tư duy nền tảng

Mọi việc chúng ta làm đều bắt đầu từ khách hàng, bởi lẽ chúng ta có ngày hôm nay là nhờ họ

Hiểu biết về người tiêu dùng là chìa khóa để mở ra thành công trong tương lai của chúng ta

Quyết định đúng đắn được đưa ra bằng cách kết hợp dữ liệu, thông tin chuyên sâu và kinh nghiệm



Cộng tác có mục đích

- Chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm của bạn với những người khác
- Lắng nghe và tôn trọng ý kiến chuyên môn của đồng nghiệp
- Tạo ảnh hưởng chứ không áp đặt
- Tin tưởng người khác. Bạn không cần phải kiểm soát tất cả mọi thứ
- Cân bằng các chương trình nội bộ với nhu cầu của IMB (cần giữ quan điểm chung)
- Cạnh tranh với bên ngoài chứ không phải bên trong

Tư duy nền tảng

Một phần công việc của tôi là giúp đỡ người khác thành công

Tôi không cần phải kiểm soát mọi thứ

Cộng tác với người khác sẽ mang lại kết quả tốt hơn cho tất cả chúng ta



Tự tin chịu trách nhiệm

- Chịu trách nhiệm và yêu cầu người khác chịu trách nhiệm
- Thực hiện những gì đã cam kết
- Không ngừng tập trung vào các mối ưu tiên đã thống nhất
- Bỏ qua những điều không còn quan trọng nữa
- Thử thách mang tính xây dựng và cởi mở với việc tự truy vấn bản thân
- Không đổ lỗi cho người khác

Tư duy nền tảng

Cam kết vẫn là cam kết

Bạn được quyền nói lên suy nghĩ của mình

Khi tôi làm điều đúng đắn, đóng góp của tôi sẽ được đánh giá công bằng



Thành thật, hòa nhập với tất cả mọi người

- Dành thời gian chào đón mọi người
- Ghi nhận và đánh giá cao những gì người khác mang lại
- Quan tâm lẫn nhau, không có trường hợp ngoại lệ
- Tôn vinh sự khác biệt như một thế mạnh
- Tự do thể hiện bản thân
- Trung thực, cởi mở và khiêm nhường trong những cuộc đối thoại căng thẳng

Tư duy nền tảng

Tôi luôn được chào đón

Tôi luôn được trân trọng

Chúng ta càng đa dạng, doanh nghiệp của chúng ta càng lớn mạnh



Xây dựng tương lai của chúng ta

- Dự đoán những cơ hội và thử thách trong tương lai
- Luôn đi trước một bước
- Cân bằng giữa hiệu suất dài hạn và kết quả ngắn hạn
- Làm việc để cải thiện mọi thứ tốt hơn
- Đón nhận sáng kiến và thay đổi, sẵn sàng thử những điều mới mẻ và rút kinh nghiệm từ thất bại

Tư duy nền tảng

Tôi tin vào thành công của chúng ta

Điều quan trọng là phải dám thử những điều mới mẻ

Rút kinh nghiệm từ thất bại và trở ngại là học cách để thành công

BẠN ĐỒNG NGHIỆP THÂN MẾN

Thành công thương mại của chúng ta được củng cố bằng phương pháp có trách nhiệm trong kinh doanh và tập trung vào trách nhiệm cá nhân.



Quy tắc ứng xử là kim chỉ nam để chúng ta làm điều đúng đắn tại Imperial Brands.

Thực tế, Bộ quy tắc này mô tả phương thức chúng ta có thể hỗ trợ tốt nhất Mục đích của mình là mở lối hành trình đến tương lai khoẻ mạnh hơn cho tất cả các bên liên quan và Tầm nhìn của chúng ta để trở thành một doanh nghiệp dựa trên trách nhiệm.

Mỗi người trong chúng ta cần dành thời gian tìm hiểu kỹ Bộ quy tắc, giúp chúng ta tự tin chịu trách nhiệm về cách chúng ta làm việc và ứng xử.

Vui lòng đọc kỹ Bộ quy tắc này. Thảo luận với đồng nghiệp. Hỏi Lãnh đạo bộ phận nhân sự hoặc bất kỳ thành viên nào trong ban lãnh đạo cấp cao nếu có điều gì không hiểu.

Nhờ thiết lập rõ ràng niềm tin và kỳ vọng của chúng ta, Bộ quy tắc này giúp chúng ta đưa ra quyết định một cách chính trực và nhất quán trên toàn bộ tổ chức toàn cầu của mình bất kể vai trò hay vị trí.

Hãy lên tiếng nếu bạn quan sát thấy hoặc nghi ngờ bất kỳ hành vi nào không phù hợp với Bộ quy tắc. Tính bảo mật sẽ được đảm bảo và chúng ta không khoan nhượng đối với hành vi trả đũa.

Hành động với tiêu chuẩn ứng xử cao nhất vừa là việc làm đúng vừa là cách thức chúng ta góp phần vào sự tăng trưởng bền vững dài hạn.

Stefan Bomhard
Giám đốc điều hành

GIỚI THIỆU VỀ QUY TẮC ỨNG XỬ

Quy tắc ứng xử đặt ra các tiêu chuẩn ứng xử mà chúng ta kỳ vọng từ tất cả những người làm việc cho và với Imperial Brands.

Bộ quy tắc cung cấp khuôn khổ để đảm bảo chúng ta thực hiện các mục tiêu kinh doanh một cách chính trực.

Bộ quy tắc áp dụng cho tất cả mọi người tại Imperial Brands, bao gồm giám đốc, ban quản lý, nhân viên, nhân viên tạm thời và các công ty con thuộc sở hữu hoàn toàn của chúng ta.

Bạn có trách nhiệm đọc và hiểu Bộ quy tắc này cũng như hoàn thành tất cả khóa đào tạo bắt buộc về Bộ quy tắc và tuân thủ được giao. Nếu bạn có bất kỳ câu hỏi nào về các kỳ vọng được nêu trong Bộ quy tắc, hãy trao đổi với Lãnh đạo bộ phận nhân sự, Cố vấn pháp lý tại địa phương hoặc thành viên thuộc bộ phận Pháp lý của Tập đoàn.

Bạn sẽ được yêu cầu kiểm chứng kiến thức của mình về Bộ quy tắc trong khóa đào tạo định kỳ về Bộ quy tắc và các chủ đề của Bộ quy tắc.



GIỚI THIỆU VỀ QUY TẮC ỨNG XỬ

Trách nhiệm của Lãnh đạo bộ phận nhân sự

Nếu là Lãnh đạo bộ phận nhân sự, bạn còn có những trách nhiệm khác liên quan đến Bộ quy tắc:

- Hiểu rõ nghĩa vụ của bạn trong quá trình hỗ trợ và thực thi Bộ quy tắc
- Tìm cơ hội chia sẻ và giải thích Bộ quy tắc
- Làm gương cho đội ngũ của bạn và những đồng nghiệp khác bằng cách tuân thủ Bộ quy tắc
- Đảm bảo đội ngũ của bạn hoàn thành tất cả khóa đào tạo bắt buộc liên quan đến Bộ quy tắc và các chủ đề về tuân thủ
- Khuyến khích đội ngũ đặt câu hỏi, nêu lên lo ngại và lên tiếng nếu điều gì đó có vẻ không ổn; và khi họ làm vậy, hãy lắng nghe cẩn thận và hành động phù hợp.

Hiểu rõ vai trò quan trọng của bạn khi tạo điều kiện để đồng nghiệp tự tin yêu cầu trợ giúp và yên tâm đưa ra quyết định khó khăn khi đó là điều đúng đắn cần làm. Nếu bạn cần hướng dẫn hoặc tư vấn, hãy xin hỗ trợ từ Cố vấn pháp lý tại địa phương hoặc bộ phận Pháp lý của Tập đoàn.

Thực thi Bộ quy tắc

Phương pháp kinh doanh có trách nhiệm nghĩa là có trách nhiệm với các tiêu chuẩn ứng xử theo kỳ vọng của chúng ta. Những cá nhân liên quan đến hành vi vi phạm Bộ quy tắc sẽ bị xử lý kỷ luật công bằng, theo Chính sách kỷ luật của chúng ta. Hành vi vi phạm pháp luật cũng sẽ bị xử phạt theo pháp luật hoặc hình phạt khác.



Nhấp vào đây để xem tài liệu
tham khảo nội bộ



ĐƯA RA QUYẾT ĐỊNH HỢP ĐẠO ĐỨC

Mỗi người chúng ta đều phải chịu trách nhiệm về những quyết định đưa ra trong công việc.

Đôi lúc, quyết định của chúng ta rõ ràng là hợp pháp và đạo đức. Nhưng đôi khi lại khó xác định quyết định đó là đúng hay không. Chúng ta phải luôn đưa ra quyết định mà chúng ta có thể tự hào.

Khi phải đưa ra quyết định khó khăn hoặc gặp yêu cầu bất thường, hãy tự hỏi bản thân những câu hỏi sau:

Có vẻ như bạn cần trợ giúp:

Yêu cầu hướng dẫn từ **Lãnh đạo bộ phận nhân sự**,
Cố vấn pháp lý tại địa phương hoặc **bộ phận Pháp lý của Tập đoàn**



Trả lời Không cho bất kỳ câu hỏi nào trong số đó đồng nghĩa với khả năng cao đây là một quyết định hoặc yêu cầu không thể chấp nhận.

Yêu cầu hướng dẫn từ **Lãnh đạo bộ phận nhân sự**, **Cố vấn pháp lý tại địa phương** hoặc **bộ phận Pháp lý của Tập đoàn**

LÊN TIẾNG

Hãy can đảm lên tiếng nếu bạn lo ngại về hành vi sai trái tại Imperial Brands. Nếu bạn quan sát thấy hành vi vi phạm các kỳ vọng được nêu trong Bộ quy tắc hoặc nếu bạn được yêu cầu làm điều gì đó có vẻ không phù hợp với Bộ quy tắc, chính sách của công ty hoặc luật pháp, chúng tôi khuyến khích bạn lên tiếng.



Có nhiều cách để báo cáo hành vi sai trái:

- Trao đổi với Lãnh đạo bộ phận nhân sự hoặc bộ phận Nhân sự & Văn hóa (P&C) tại địa phương. Bạn cũng có thể liên hệ trực tiếp với bộ phận Pháp lý của Tập đoàn nếu muốn.
 - Báo cáo lo ngại một cách bảo mật thông qua nền tảng Lên tiếng trực tuyến bảo mật. Bạn có thể truy cập hệ thống từ máy tính hoặc thiết bị di động bằng cách quét mã QR trên trang này hoặc truy cập <https://imperialbrands.whistleblownetwork.net>. Bạn có thể gửi báo cáo ẩn danh nếu muốn.
- Ở một số quốc gia, bạn cũng có thể gọi đến số điện thoại miễn phí tại địa phương để báo cáo lo ngại. Truy cập danh sách số điện thoại [ở đây](#). Nhập mã **25492** khi được nhắc.

- Gửi báo cáo lo ngại bằng văn bản đến:
**Imperial Brands Plc, Attn: Speaking Up,
121 Winterstoke Road, Bristol BS3 2LL UK |
speakup@impbrands.com**

Tại Bắc Mỹ, báo cáo cho ITG Brands tại:
**ITG Brands Speaking Up,
714 Green Valley Road, Greensboro, NC 27408 |
Tel: +1 866 447 6092
<https://secure.ethicspoint.com>**

Bất kể bạn chọn lên tiếng theo cách nào, báo cáo đều sẽ được xem xét và điều tra nếu cần thiết.



Nhấp vào đây để xem tài liệu
[tham khảo nội bộ](#)



LÊN TIẾNG



SPEAKING

UP

CÙNG NHAU,
CHÚNG TA TẠO
NÊN SỰ KHÁC BIỆT



Chúng tôi đảm bảo tính bảo mật của bất kỳ ai lên tiếng và sẽ không khoan nhượng đối với mọi hình thức trả đũa hoặc phân biệt đối xử với người nêu lên lo ngại hoặc tham gia điều tra. Hành vi trả đũa sẽ chịu hình phạt kỷ luật, bao gồm cả sa thải.

Kênh Lên tiếng của chúng ta dành cho nhân viên và nhân viên tạm thời của Imperial, cũng như các nhà cung cấp và đối tác kinh doanh bên ngoài và cộng đồng nơi chúng ta làm việc. Bạn được khuyến khích phổ biến kênh Lên tiếng của chúng ta cho bất kỳ ai làm việc cùng hoặc thay mặt cho Imperial Brands.

Nêu lên khiếu nại

Khiếu nại của nhân viên, chẳng hạn như những khiếu nại liên quan đến tiến độ công việc, điều khoản tuyển dụng hoặc bất đồng quan điểm với đồng nghiệp, sẽ được xử lý theo cách khác với hành vi vi phạm Bộ quy tắc.

Để giải quyết khiếu nại, trước tiên bạn nên giải quyết vấn đề theo cách không chính thức bằng cách trao đổi với Lãnh đạo bộ phận nhân sự. Nếu không thể làm vậy, hãy trao đổi với người quản lý cấp cao hơn hoặc bộ phận P&C tại địa phương.

Nếu khiếu nại của bạn không được giải quyết theo cách không chính thức, bạn có thể đưa ra khiếu nại chính thức theo quy trình khiếu nại tại địa phương của mình. Trao đổi với bộ phận P&C để biết thêm thông tin.

Imperial Brands không khoan nhượng với hình thức trả đũa hoặc phân biệt đối xử đối với người báo cáo khiếu nại.



Xem thêm: [Chính sách lên tiếng](#)



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

NGƯỜI TIÊU DÙNG CỦA CHÚNG TA

Chúng ta tập trung tìm hiểu người tiêu dùng trưởng thành, kết hợp dữ liệu và thông tin chuyên sâu cùng với kinh nghiệm sâu rộng.

Chúng ta hiểu rằng xã hội quan tâm đến nguy cơ sức khỏe do hút thuốc và ghi nhận vai trò của mình trong việc giúp giảm tác hại, bao gồm phát triển và tiếp thị có trách nhiệm các sản phẩm có khả năng giảm rủi ro, chẳng hạn như thuốc lá điện tử, thuốc lá nung nóng và túi nicotin.

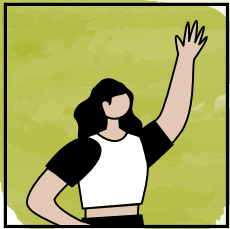
- 12 Tiếp thị có trách nhiệm
- 13 Giá trị thúc đẩy chất lượng
- 14 Chính trực trong khoa học



“
Mục tiêu của chúng ta là phục vụ nhu cầu của những người trưởng thành đã đưa ra lựa chọn sáng suốt khi sử dụng sản phẩm của chúng ta
”

TIẾP THỊ CÓ TRÁCH NHIỆM

Chúng ta cam kết tiếp thị và quảng cáo có trách nhiệm cho sản phẩm của mình, phù hợp với luật pháp, quy tắc nghề nghiệp và thỏa thuận tự nguyện của các quốc gia mà chúng ta hoạt động. Chúng ta áp dụng Nguyên tắc tiếp thị cho tất cả các hoạt động quảng cáo và khuyến mãi, đồng thời yêu cầu các đối tác kinh doanh bên ngoài cũng phải làm như vậy.



- Chỉ quảng cáo và tiếp thị sản phẩm cho những người hút thuốc trưởng thành hoặc người tiêu dùng trưởng thành sử dụng sản phẩm nicotin để thư giãn
- Cung cấp thông tin rõ ràng và chính xác về sản phẩm của chúng ta và rủi ro của sản phẩm
- Đảm bảo tất cả các tuyên bố sản phẩm là đúng và có thể chứng minh.
- Không sử dụng hình ảnh hoặc nội dung thu hút thanh thiếu niên



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



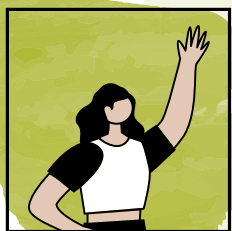
Nguyên tắc tiếp thị

- 1 Chúng ta chỉ **tiếp cận người tiêu dùng trưởng thành** sử dụng sản phẩm thuốc lá và nicotin
- 2 Hoạt động tiếp thị của chúng ta phải **trung thực và minh bạch**
- 3 Chúng ta cung cấp thông tin cần thiết cho người tiêu dùng để họ **đưa ra lựa chọn sáng suốt**
- 4 Chúng ta sẽ **không bao giờ khuyến khích mọi người bắt đầu hút thuốc** hoặc những người không hút thuốc sử dụng sản phẩm nicotin giải trí, và không khuyến khích người tiêu dùng từ bỏ sản phẩm của chúng ta
- 5 Chúng ta **tuân thủ luật pháp địa phương, quy tắc nghề nghiệp và thỏa thuận tự nguyện** quản lý hoạt động quảng cáo, khuyến mãi và bán sản phẩm của chúng ta

GIÁ TRỊ THÚC ĐẨY CHẤT LƯỢNG

Chúng ta luôn kiên định trong cam kết xây dựng văn hóa chất lượng và không ngừng tìm cách cải thiện các tiêu chuẩn kinh doanh, quy trình và sản phẩm của mình, phù hợp với các yêu cầu chế định và kỳ vọng của người tiêu dùng. Phương pháp có hệ thống của chúng ta đối với quản lý chất lượng được củng cố bằng ba nguyên tắc chính:

Làm đúng, Không ngừng làm đúng và Sửa sai.



- Tự tìm hiểu mọi quy trình của công ty toàn cầu hoặc địa phương áp dụng cho công việc của bạn
- Lắng nghe và hành động dựa trên phản hồi của người tiêu dùng, sử dụng dữ liệu, thông tin chuyên sâu và kinh nghiệm của bạn để đưa ra quyết định
- Không bỏ sót bất kỳ vấn đề nào về chất lượng hoặc an toàn của người tiêu dùng và liên tục tìm cách cải thiện quy trình, dịch vụ và chất lượng sản phẩm của chúng ta
- Đảm bảo chất lượng trong công việc bạn làm, luôn bắt đầu từ người tiêu dùng



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



“

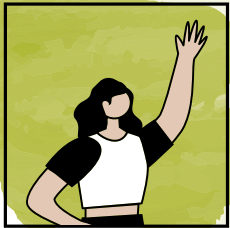
Thành công và uy tín của chúng ta phụ thuộc vào khả năng cung cấp các sản phẩm có chất lượng phù hợp, mang đến cho người tiêu dùng trưởng thành những khoảnh khắc thư giãn và hài lòng

”



CHÍNH TRỰC TRONG KHOA HỌC

Chúng ta cam kết duy trì trách nhiệm quản lý sản phẩm và sức khỏe trong toàn bộ danh mục sản phẩm của mình, bao gồm đánh giá tiềm năng của Sản phẩm thế hệ tiếp theo, nhằm tạo đóng góp có ý nghĩa cho sức khỏe cộng đồng. Chúng ta thực hiện điều này bằng cách tiến hành đánh giá tính an toàn của sản phẩm toàn diện trong suốt vòng đời sản phẩm và đánh giá tiềm năng giảm tác hại thuốc lá của Sản phẩm thế hệ tiếp theo.



- Tuân thủ khuôn khổ đánh giá khoa học nhiều giai đoạn và đa ngành của chúng ta để đánh giá tính an toàn của sản phẩm và đánh giá tiềm năng giảm tác hại thuốc lá của Sản phẩm thế hệ tiếp theo
- Minh bạch trong công tác đổi mới, kết quả nghiên cứu và phương pháp của chúng ta, có thể tìm thấy trong phần Lưu trữ nghiên cứu trên trang web của chúng ta [ở đây](#)
- Chúng ta chỉ làm việc với các đối tác nghiên cứu và đổi mới được lựa chọn cẩn thận. Những người này cam kết thực hiện các tiêu chuẩn cao nhất về hành nghề có đạo đức và tiến hành công việc khoa học
- Chúng ta chỉ phát triển sản phẩm dành cho người hút thuốc trưởng thành và người tiêu dùng trưởng thành sử dụng sản phẩm nicotin giải trí



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



“

Chúng ta làm việc theo các tiêu chuẩn khoa học, quy định và khuôn khổ đã được thiết lập và theo các thông lệ tốt nhất trong ngành

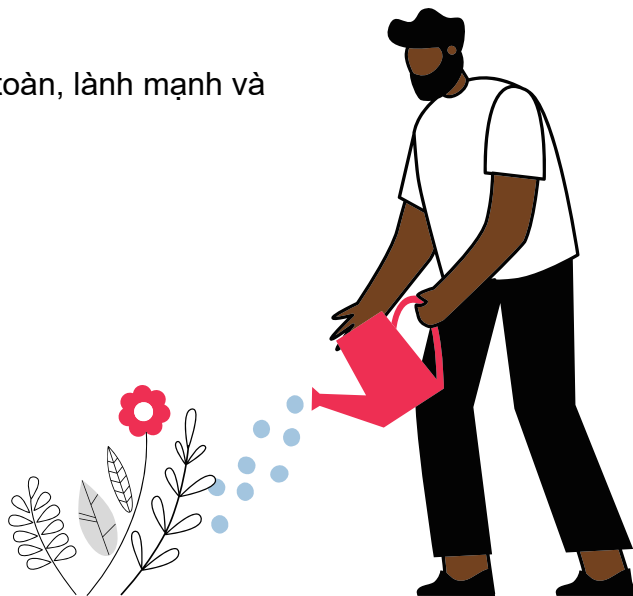
”

NHÂN VIÊN CỦA CHÚNG TA

Phát triển kỹ năng và tiềm năng của mọi đồng nghiệp tại Imperial Brands là mục tiêu quan trọng đối với khát vọng của chúng ta.

Chúng ta chấp nhận cá tính của từng cá nhân và thể hiện sự tôn trọng đối với giá trị mà mỗi người mang lại bất kể văn hóa, tín ngưỡng hay lối sống.

- 16 Thúc đẩy sự tôn trọng, đối xử công bằng, đa dạng, bình đẳng và hòa nhập
- 17 Phát triển nhân tài
- 18 Cung cấp nơi làm việc an toàn, lành mạnh và khuyến khích
- 19 Tôn trọng nhân quyền



“

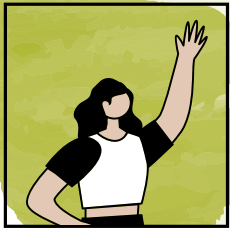
Cách ứng xử cốt lõi của chúng ta củng cố văn hóa hướng đến hiệu suất và hòa nhập mà chúng ta đang xây dựng tại Imperial

”

THÚC ĐẨY SỰ TÔN TRỌNG, ĐỐI XỬ CÔNG BẰNG, ĐA DẠNG, BÌNH ĐẲNG VÀ HÒA NHẬP

Chúng ta hướng đến mục tiêu tạo ra một tổ chức thực sự đa dạng và hòa nhập, nổi tiếng với tiêu chí tôn trọng sự khác biệt, giúp mọi người cảm thấy gắn bó và được là chính mình. Chúng ta tôn trọng, ghi nhận và đánh giá cao tính đa dạng của người tiêu dùng và phản ánh cộng đồng nơi chúng ta hoạt động.

Nơi làm việc của chúng ta là nơi nhân viên được đối xử một cách đàng hoàng, bình đẳng và tôn trọng. Chúng ta tìm cách phản hồi khiếu nại của nhân viên một cách nhất quán, công bằng và kịp thời. Chúng ta sẽ không khoan nhượng trước hành vi bạo lực, ép buộc, đe dọa, bắt nạt, quấy rối, quấy rối tình dục, phân biệt đối xử hoặc bất kỳ hành vi hạ thấp hoặc tẩy chay nào khác dựa trên đặc điểm cá nhân.



- Hãy chú ý đến thành kiến vô thức của chính bạn. Chúng là những niềm tin sâu thẳm trong tiềm thức mà tất cả chúng ta đều có, ảnh hưởng đến nhận thức của chúng ta về thế giới
- Hãy đồng cảm và dành thời gian để tìm hiểu và nhìn nhận ở nhiều góc độ và cách tư duy khác nhau
- Hãy lưu ý rằng mỗi nhân viên đều có xuất thân và trải nghiệm của riêng họ, nên hỏi về sở thích của họ thay vì đưa ra giả định dựa trên nhóm nhân khẩu học mà họ là một phần trong đó
- Nhằm mục đích thiết kế và triển khai tất cả các quy trình, chính sách, phương pháp, thông tin đầu ra và tài liệu truyền thông phù hợp để tất cả nhân viên có thể tiếp cận như nhau, bất kể xuất thân hay đặc điểm cá nhân của họ



Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ [Chính sách Lên tiếng](#)

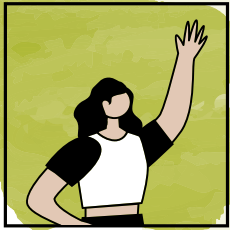


“
Nơi làm việc của chúng ta là nơi nhân viên được đối xử một cách đàng hoàng, bình đẳng và tôn trọng
”



PHÁT TRIỂN NHÂN TÀI

Chúng ta cam kết tạo ra môi trường cộng tác và xứng đáng để làm việc, chú trọng vào việc hỗ trợ đồng nghiệp không ngừng phát triển kỹ năng và kinh nghiệm, cũng như nhận ra tiềm năng nghề nghiệp của họ. Chúng ta tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các chương trình hỗ trợ, làm việc linh hoạt, chính sách và cơ sở thân thiện với gia đình, cũng như các dịch vụ chăm sóc sức khỏe nghề nghiệp khi cần thiết.



- Đảm bảo dành thời gian để phát triển cá nhân. Chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm với người khác, và học hỏi từ họ
- Không tập trung vào hiệu suất thương mại ngắn hạn mà quên đi tính chính trực hoặc tăng trưởng bền vững
- Không để tư duy kiểm soát tác động đến cách bạn kết nối và cộng tác với đồng nghiệp
- Không che giấu sai lầm hoặc thiếu sót hoặc chối bỏ trách nhiệm khi xảy ra sự cố



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



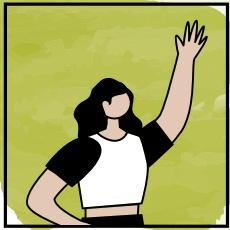
“

Khai thác hiệu suất và tiềm năng của mỗi đồng nghiệp sẽ hỗ trợ chúng ta đạt được các mục tiêu chiến lược của mình

”

CUNG CẤP NƠI LÀM VIỆC AN TOÀN, LÀNH MẠNH VÀ KHUYẾN KHÍCH

Sức khỏe, an toàn và hạnh phúc của nhân viên là điều quan trọng nhất đối với chúng tôi. Chúng tôi cam kết xây dựng văn hóa chăm sóc, nơi hạnh phúc và an toàn là ưu tiên tuyệt đối, nhằm đạt được các tiêu chuẩn về sức khỏe, an toàn và hạnh phúc nghề nghiệp đẳng cấp thế giới trong toàn bộ hoạt động toàn cầu.



- Xác định mọi nguy hiểm và đánh giá rủi ro để loại bỏ hoặc kiểm soát hiệu quả các mối đe dọa an toàn tiềm ẩn
- Tuân thủ các quy tắc sử dụng thiết bị, phương tiện, máy móc và thiết bị bảo hộ cá nhân
- Chịu trách nhiệm quản lý sức khỏe và sự khỏe mạnh của bản thân bằng cách thực hiện hành vi lành mạnh và thông báo cho Lãnh đạo bộ phận nhân sự nếu bạn tin rằng công việc hoặc môi trường làm việc của bạn gây rủi ro cho sức khỏe hoặc nếu bạn cần hỗ trợ thêm (ví dụ: điều chỉnh do khuyết tật hoặc trở lại làm việc)
- Liên tục tìm cách cải thiện các biện pháp liên quan đến sức khỏe, an toàn và hạnh phúc của chúng ta, đồng thời khuyến khích đồng nghiệp làm điều tương tự



“
Sức khỏe, an toàn
và hạnh phúc của
nhân viên là điều
quan trọng nhất đối
với chúng ta

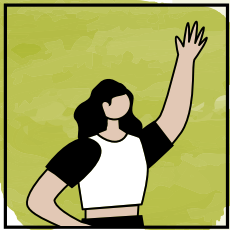


Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ [Chính sách nhân quyền](#)

TÔN TRỌNG NHÂN QUYỀN

Chúng ta coi trọng sự an toàn, phẩm giá và hạnh phúc của nhân viên, đối tác kinh doanh bên ngoài và cộng đồng nơi chúng ta làm kinh doanh.

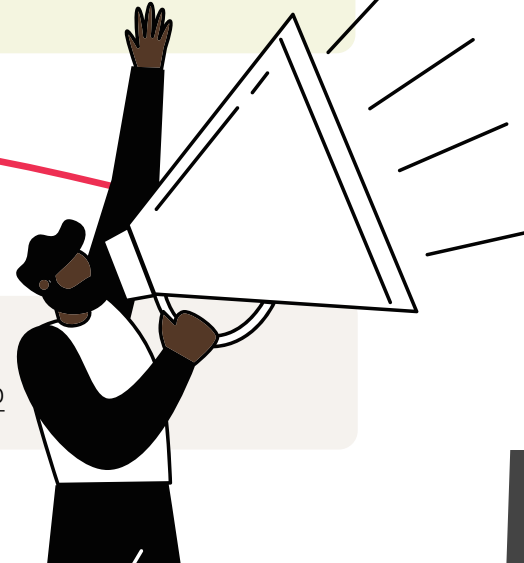
Chúng ta tôn trọng nhân quyền, trong đó có quyền tự do tham hiệp hội và công nhận quyền thương lượng tập thể, bài xích lao động cưỡng bức hoặc ép buộc và lao động trẻ em, bài xích phân biệt đối xử liên quan đến việc làm và nghề nghiệp, cũng như quyền có môi trường làm việc an toàn và lành mạnh trong hoạt động của chính chúng ta và của các nhà cung cấp và đối tác kinh doanh bên ngoài. Chúng ta tuân thủ Tuyên ngôn Quốc tế Nhân quyền, các Nguyên tắc hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về Kinh doanh và Quyền con người, và Tuyên bố của Tổ chức Lao động Quốc tế về các Nguyên tắc và Quyền cơ bản trong Lao động.



- Không được tuyển dụng người chưa đủ tuổi lao động hợp pháp tối thiểu theo quy định của địa phương
- Nghiêm cấm lao động trẻ em, lao động cưỡng bức hoặc buôn người và bất kỳ hình thức nô lệ hiện tại nào. Hãy lên tiếng nếu bạn nghi ngờ hoặc quan sát thấy hành vi vi phạm nhân quyền
- Chúng ta cam kết nỗ lực hướng tới mục tiêu không có lao động trẻ em trong chuỗi cung ứng của mình. Chúng ta yêu cầu các nhà cung cấp tuân thủ hoặc vượt xa các tiêu chuẩn lao động quốc tế và nêu rõ điều này trong [Quy tắc ứng xử dành cho nhà cung cấp](#)
- Chúng ta hiểu và tuân thủ [Chính sách nhân quyền](#)



Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ [Chính sách nhân quyền](#)
[Tuyên bố về chế độ nô lệ hiện đại](#) [Quy tắc ứng xử dành cho nhà cung cấp](#)



“

Chúng ta coi trọng sự an toàn, phẩm giá và hạnh phúc của nhân viên, đối tác kinh doanh bên ngoài và cộng đồng nơi chúng ta làm kinh doanh

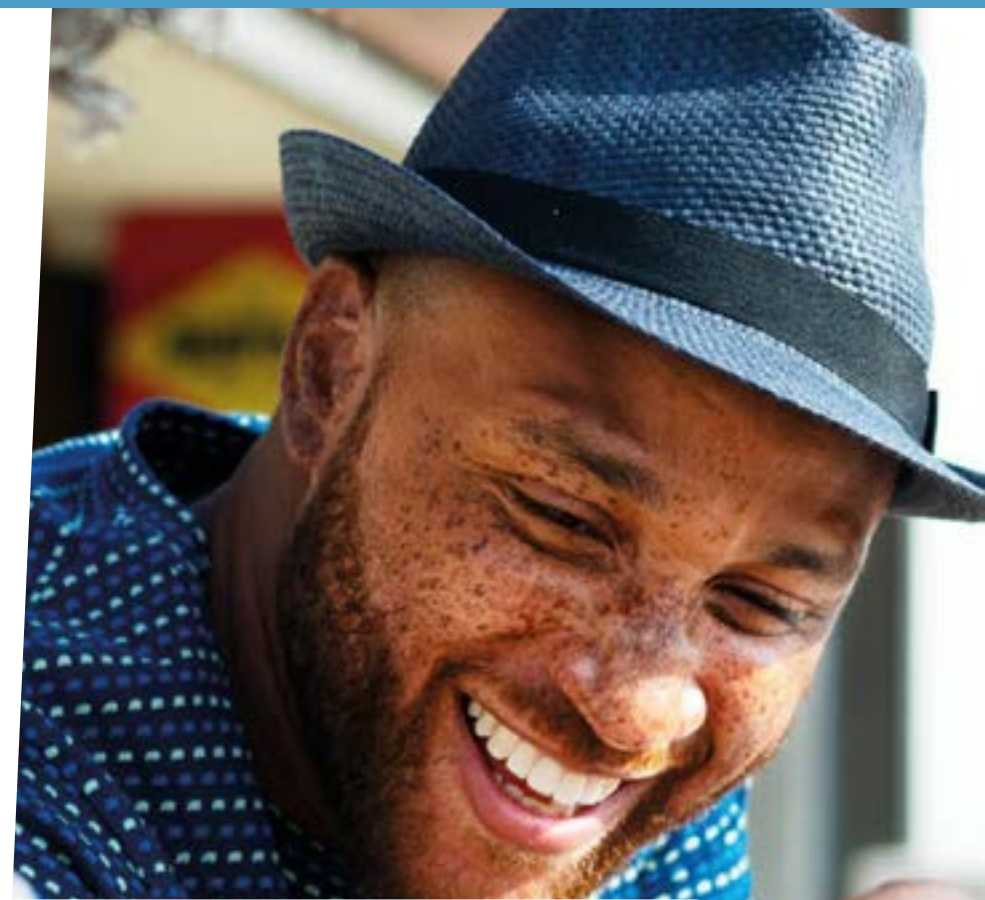
”

TÀI SẢN VÀ DANH TIẾNG CỦA CÔNG TY

Khi điều hành doanh nghiệp một cách cẩn trọng và chuyên tâm, chúng ta có thể bảo vệ tài sản và danh tiếng của Imperial Brands, đồng thời đảm bảo tương lai bền vững hơn cho công ty.



- 21 Chống buôn bán phi pháp
- 22 Bảo vệ tài sản của công ty
- 23 Bảo mật hệ thống thông tin
- 24 Bảo vệ thông tin cá nhân
- 25 Quản lý thông tin mật
- 26 Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ
- 27 Giao tiếp với nhà đầu tư, nhà phân tích và truyền thông
- 28 Sử dụng mạng xã hội có trách nhiệm



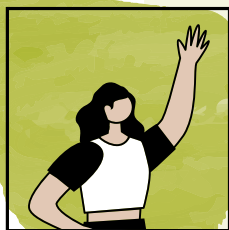
“

Khi điều hành doanh nghiệp một cách cẩn trọng và chuyên tâm, chúng ta có thể bảo vệ tài sản và danh tiếng của Imperial Brands

”

CHỐNG BUÔN BÁN PHI PHÁP

Chúng ta phản đối hoạt động buôn bán phi pháp dưới mọi hình thức và hợp tác với cơ quan chức năng để ngăn chặn các sản phẩm thuốc lá bất hợp pháp xâm nhập vào thị trường hợp pháp. Với bằng chứng rõ ràng cho thấy buôn bán phi pháp tài trợ cho tội phạm có tổ chức và khủng bố trên toàn thế giới, bài xích hoạt động này tiếp tục là một trong những ưu tiên hàng đầu của chúng ta.



- Chỉ cung cấp số lượng sản phẩm tương xứng với mức tiêu thụ trong nước tại thị trường đích và các yêu cầu cho phép đối với người tiêu dùng đi du lịch
- Giúp khách hàng hiểu được lập trường của Imperial Brands đối với hoạt động buôn bán phi pháp và trách nhiệm tuân thủ pháp luật và tiêu chuẩn của chúng ta
- Hợp tác với mọi cuộc điều tra của chính phủ hoặc cơ quan thực thi pháp luật về việc sản phẩm bị bán ngoài kênh phân phối được phép
- Không để bản thân gặp rủi ro hoặc nguy hiểm khi tự thu thập hoặc báo cáo nghi ngờ buôn bán phi pháp



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

← [QUAY LẠI TRANG NỘI DUNG](#)

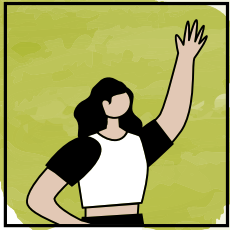


Chúng ta phản đối hoạt động buôn bán phi pháp dưới mọi hình thức và hợp tác với cơ quan chức năng để ngăn chặn các sản phẩm thuốc lá bất hợp pháp xâm nhập vào thị trường hợp pháp



BẢO VỆ TÀI SẢN CỦA CÔNG TY

Sử dụng tài sản và nguồn lực của công ty không đúng mục đích có thể ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận kinh doanh của chúng ta. Sử dụng máy tính xách tay và điện thoại, thiết bị (như xe cộ), cơ sở vật chất, thông tin, tài sản trí tuệ và tiền của công ty đúng mục đích là yêu cầu bắt buộc và áp dụng cho tất cả đồng nghiệp tại Imperial Brands.



- Sử dụng tài sản và tiền của Imperial Brands cho lợi ích tốt nhất của công ty
- Tuân thủ các chính sách của công ty về sử dụng hệ thống thông tin của công ty như email hoặc điện thoại
- Tôn trọng tài sản và nguồn lực thuộc về công ty và các tổ chức khác, chẳng hạn như khách hàng và đối tác kinh doanh bên ngoài
- Không sử dụng nguồn lực của công ty để trục lợi cá nhân



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



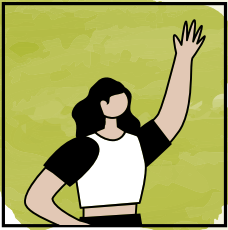
“

Sử dụng tài sản và nguồn lực của công ty không đúng mục đích có thể ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận kinh doanh của chúng ta

”

BẢO MẬT HỆ THỐNG THÔNG TIN

Chúng ta giữ an toàn cho thông tin, quy trình kinh doanh và hệ thống của công ty không bị sử dụng sai mục đích, trộm cắp, hư hỏng hoặc truy cập, thay đổi và tiết lộ trái phép. Chúng ta luôn cảnh giác trước các mối đe dọa trên mạng.



- Báo cáo ngay lập tức mọi nghi ngờ về sự cố bảo mật hoặc vi phạm dữ liệu cho bộ phận dịch vụ
- Báo cáo tất cả email nghi là lừa đảo qua mạng bằng nút "Báo cáo lừa đảo" trong Outlook
- Sử dụng cụm mật khẩu dài ít nhất 16 ký tự và sử dụng xác thực đa yếu tố (MFA) nếu có
- Hãy đặc biệt cẩn trọng khi làm việc ở ngoài văn phòng



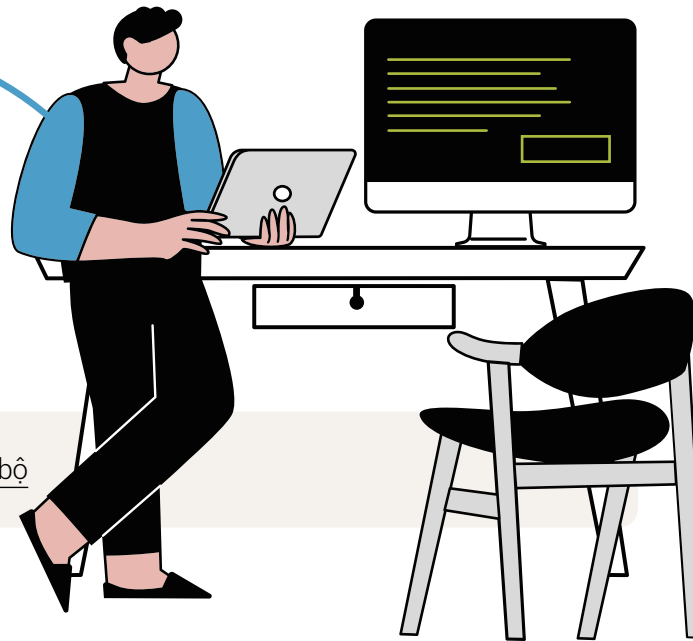
“

Chúng ta luôn cảnh giác trước các mối đe dọa trên mạng

”

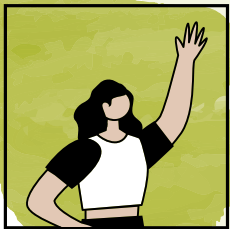


[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

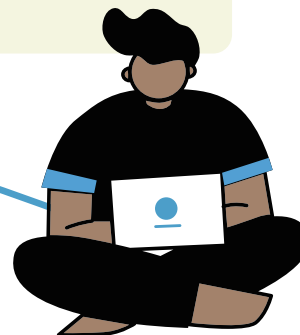


BẢO VỆ THÔNG TIN CÁ NHÂN

Chúng ta tôn trọng quyền riêng tư của đồng nghiệp, nhà thầu, người tiêu dùng, khách hàng và đối tác kinh doanh bên ngoài. Chúng ta cam kết xử lý thông tin cá nhân theo luật và quy định hiện hành về quyền bảo vệ dữ liệu cá nhân.



- Chỉ thu thập hoặc sử dụng thông tin cá nhân cần thiết cho mục đích hợp pháp
- Chỉ chia sẻ thông tin cá nhân nếu được phép và đi kèm các biện pháp kiểm soát thích hợp, đặc biệt là nếu chia sẻ ra bên ngoài quốc gia nơi thông tin được thu thập
- Bảo vệ mọi thông tin cá nhân mà bạn xử lý và chỉ lưu giữ trong thời gian cần thiết cho mục đích thu thập thông tin hoặc nhằm đáp ứng các yêu cầu pháp lý tối thiểu
- Giải thích cho các cá nhân lý do chúng ta cần thông tin cá nhân, cách sử dụng thông tin đó và quyền của họ



Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ [Thông báo về quyền riêng tư của Imperial Brands](#)

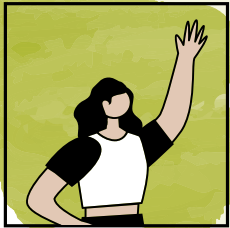


Chúng ta tôn trọng quyền riêng tư của đồng nghiệp, nhà thầu, người tiêu dùng, khách hàng và đối tác kinh doanh bên ngoài



QUẢN LÝ THÔNG TIN MẬT

Chúng ta bảo vệ thông tin của người tiêu dùng, khách hàng, công ty và nhân viên. Chúng ta cân trọng khi xử lý thông tin mật và chỉ chia sẻ thông tin đó với những người cần biết. Chúng ta tôn trọng thông tin mật của người khác, bao gồm cả đối thủ cạnh tranh.



- Chỉ chia sẻ thông tin mật với những người cần biết hoặc có quyền được biết, nhưng phải đảm bảo họ hiểu mọi hạn chế áp dụng
- Xin các quyền cần thiết, bao gồm đặc quyền, bảo mật, không tiết lộ hoặc thỏa thuận xử lý dữ liệu khi chia sẻ thông tin bên ngoài Imperial Brands
- Sử dụng nhãn nhạy cảm và mã hóa phù hợp để bảo vệ thông tin mật. Sử dụng miếng dán màn hình riêng tư và chú ý khi thảo luận vấn đề bí mật khi làm việc ở nơi công cộng
- Không sử dụng dịch vụ nhắn tin tức thời, dịch vụ email, dịch vụ chia sẻ và lưu trữ tệp cá nhân hoặc không phải của công ty cho công việc của công ty



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

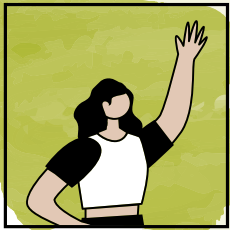


Chúng ta tôn trọng
thông tin mật của người
khác, bao gồm cả đối
thủ cạnh tranh

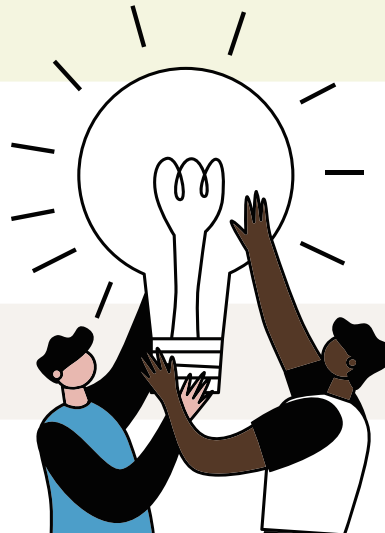


BẢO VỆ QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ

Quyền sở hữu trí tuệ của chúng ta, chẳng hạn như nhãn hiệu, quyền thiết kế, bằng sáng chế và bản quyền, là tài sản có giá trị giúp bảo vệ thương hiệu và sáng kiến của chúng ta, đồng thời mang lại lợi thế cạnh tranh. Nếu tài sản trí tuệ của chúng ta bị sử dụng sai mục đích, lợi ích của chúng ta và lợi ích của người tiêu dùng có thể bị tổn hại.



- Bảo vệ tài sản trí tuệ của chúng ta và báo cáo mọi sản phẩm “đạo nhái”, sản phẩm bị nghi ngờ là hàng giả hoặc các mặt hàng khác có thể xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của Imperial Brands
- Khi hợp tác với các đối tác của chúng ta, hãy đảm bảo lưu ý đến quyền sở hữu trí tuệ và phải chuẩn bị sẵn những hợp đồng phù hợp, chẳng hạn như thỏa thuận không tiết lộ hoặc thỏa thuận phát triển
- Tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ của những người khác bao gồm khách hàng, đối thủ cạnh tranh và đối tác kinh doanh bên ngoài
- Không sử dụng tên, nhãn hiệu hoặc các yếu tố thiết kế mà người tiêu dùng có thể liên tưởng đến những bên khác khi bán, tiếp thị hoặc quảng bá sản phẩm của chúng ta



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

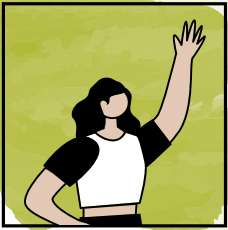


Chúng ta cộng tác liên phòng ban để đảm bảo bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ của những người khác

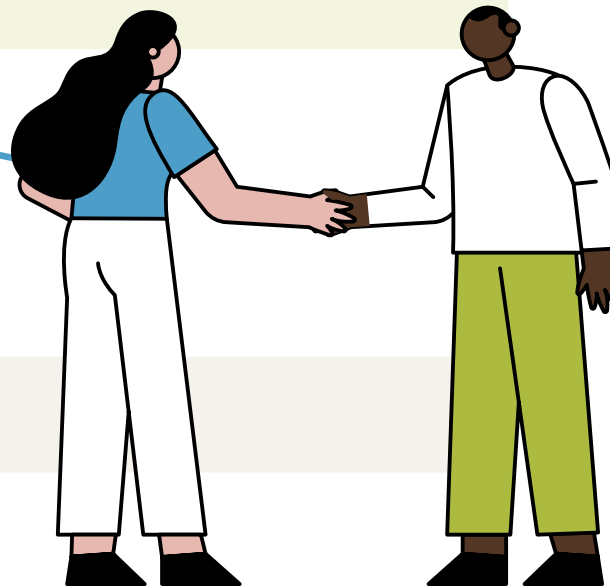


GIAO TIẾP VỚI NHÀ ĐẦU TƯ, NHÀ PHÂN TÍCH VÀ TRUYỀN THÔNG

Chúng ta truyền đạt thông điệp rõ ràng và nhất quán khi giao tiếp với các nhà đầu tư, nhà phân tích và truyền thông. Mọi phát ngôn và hành động, cũng như lời nói của các bên liên quan bên ngoài về chúng ta đều ảnh hưởng đến danh tiếng của chúng ta. Cổ đông, nhà phân tích, khách hàng và nhiều người khác phụ thuộc vào chúng ta để cung cấp thông tin chính xác và đáng tin cậy về hoạt động, hiệu suất và triển vọng tài chính của chúng ta.



- Đảm bảo chỉ những đồng nghiệp được đào tạo và có thẩm quyền mới được trao đổi với nhà đầu tư, nhà phân tích và truyền thông
- Chuyển mọi câu hỏi của truyền thông đến đội ngũ truyền thông địa phương hoặc bộ phận Truyền thông của Tập đoàn
- Chuyển mọi thắc mắc của nhà đầu tư hoặc nhà phân tích đến đội ngũ Quan hệ nhà đầu tư tại trụ sở chính
- Không đại diện cho doanh nghiệp ở bên ngoài trừ khi được đào tạo và có thẩm quyền để làm như vậy



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

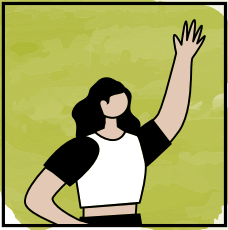


Chúng ta truyền đạt thông điệp rõ ràng và nhất quán khi giao tiếp với các nhà đầu tư, nhà phân tích và truyền thông



SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI CÓ TRÁCH NHIỆM

Chúng ta cam kết sử dụng mạng xã hội một cách có trách nhiệm và minh bạch để chia sẻ thông tin về công ty. Hiểu và tuân thủ hướng dẫn do doanh nghiệp cung cấp về việc sử dụng mạng xã hội là trách nhiệm của mọi đồng nghiệp tại Imperial Brands.



- Xác định bản thân là nhân viên nếu ủng hộ công ty và hoạt động của công ty
- Lưu ý những hạn chế pháp lý có thể áp dụng cho quá trình truyền thông về doanh nghiệp của chúng ta trên mạng xã hội
- Lưu ý cách người khác nhìn nhận bài đăng mạng xã hội của bạn.
- Không tiết lộ thông tin mật, riêng tư hoặc độc quyền về công ty hoặc khách hàng, nhà cung cấp hoặc đồng nghiệp của công ty trên mạng xã hội



“

Tuân thủ hướng dẫn do doanh nghiệp cung cấp về việc sử dụng mạng xã hội là trách nhiệm của mọi đồng nghiệp tại Imperial Brands

”



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

TÍNH CHÍNH TRỰC TRONG KINH DOANH CỦA CHÚNG TA

Hành động có trách nhiệm và chính trực giúp Imperial Brands tạo ra và duy trì một doanh nghiệp thành công. Chúng ta tin vào sự tin tưởng, công bằng và trung thực, và điều này được phản ánh qua mọi hoạt động của chúng ta. Chúng ta không khoan nhượng mọi hình thức hối lộ, tham nhũng hoặc kế toán gian lận.

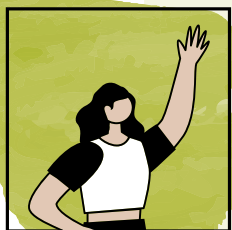
- 30 Chống hối lộ và tham nhũng
- 31 Tặng và nhận quà và chiêu đãi
- 32 Quản lý xung đột lợi ích
- 33 Cạnh tranh công bằng
- 34 Thu thập thông tin cạnh tranh
- 35 Cấm giao dịch nội gián
- 36 Báo cáo tài chính và phi tài chính chuẩn xác
- 37 Tuân thủ các yêu cầu hải quan và thuế
- 38 Tuân thủ lệnh trừng phạt và hạn chế thương mại
- 39 Rửa tiền
- 40 Mối quan hệ nhà cung cấp tin cậy
- 41 Tương tác với chính phủ và cơ quan chính trị



“
Chúng ta tự tin chịu
trách nhiệm và không
đánh đổi tính chính
trực để đạt được lợi ích
thương mại
”

CHỐNG HỐI LỘ VÀ THAM NHƯNG

Chúng ta tự hào về danh tiếng kinh doanh đúng đắn của mình. Tuân thủ luật chống hối lộ và tham nhũng là điều bắt buộc, bất kể chúng ta kinh doanh ở đâu, và một số luật này có thể được thực thi xuyên biên giới. Vi phạm luật hối lộ và tham nhũng là phạm tội hình sự nghiêm trọng đối với công ty và các cá nhân liên quan và có thể phải chịu khoản tiền phạt lớn và thậm chí là án tù.



- Tuyệt đối không đề nghị, đưa hoặc nhận hối lộ, bất kể luật pháp hoặc văn hóa địa phương
- Tuyệt đối không yêu cầu hoặc cho phép người khác thực hiện thanh toán tham nhũng thay mặt chúng ta
- Tuyệt đối không đưa hoặc tặng vật có giá trị cho bất kỳ ai nhằm mục đích đảm bảo, duy trì hoặc tạo điều kiện thuận lợi cho việc kinh doanh (chẳng hạn như đưa tiền để được giảm thuế hoặc thuế hải quan)
- Chỉ làm việc với những nhà tư vấn và cố vấn đã hoàn thành quy trình kiểm tra thẩm định, được phê duyệt chính thức và có nghĩa vụ đáp ứng các tiêu chuẩn của chúng ta theo hợp đồng



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



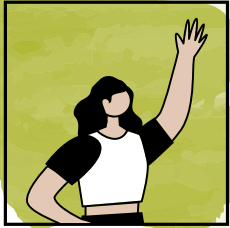
“

Chúng ta tự hào về danh tiếng kinh doanh đúng đắn của mình.

”

TẶNG VÀ NHẬN QUÀ VÀ CHIÊU ĐÃI

Chúng ta hướng đến mục tiêu thiết lập mối quan hệ bền vững và đáng tin cậy với các đối tác kinh doanh bên ngoài, chỉ tặng quà qua lại và chiêu đãi để bày tỏ thái độ lịch sự và xây dựng thiện chí. Tuy nhiên, hành động tặng quà qua lại, tiếp đãi và chiêu đãi không phù hợp có thể bị coi là hối lộ và làm tổn hại đến tính chính trực của chúng ta.



- Chỉ tặng và nhận quà và hoạt động chiêu đãi hợp lý và tương xứng, đồng thời có mục đích kinh doanh chính đáng
- Không tặng hoặc nhận quà hoặc chiêu đãi nhằm mục đích hoặc có thể được coi là cố gắng gây ảnh hưởng không đúng mực đến quyết định kinh doanh hoặc giành được lợi thế
- Không tặng quà hoặc dịch vụ chiêu đãi cho công chức hoặc quan chức chính phủ trừ khi được phê duyệt trước và hợp pháp
- Không tặng hoặc nhận tiền mặt hoặc quà tặng giá trị tương đương tiền mặt

Tuyệt đối không chấp nhận:

- Tiền mặt hoặc giá trị tương đương tiền mặt
- Bất kỳ thứ gì bất hợp pháp trái với chính sách của công ty hoặc có thể gây tổn hại đến danh tiếng của công ty
- Quà tặng không có mục đích kinh doanh chính đáng

Thường có thể chấp nhận:

- Ăn uống với đối tác kinh doanh bên ngoài, khách hàng hoặc nhà cung cấp
- Lời mời tham gia các sự kiện thể thao, sân khấu hoặc văn hóa, miễn là có mục đích kinh doanh chính đáng
- Mặt hàng khuyến mãi có giá trị danh nghĩa

Hãy nhớ rằng phải đăng ký tất cả quà tặng và hoạt động tiếp đãi có giá trị **trên 100 GBP** hoặc đạt giới hạn thị trường địa phương.



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



“

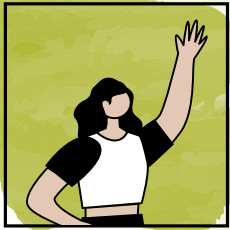
Chúng ta không tặng hoặc nhận quà hoặc chiêu đãi nếu hành động đó có thể dẫn đến hoặc tạo ra ấn tượng là hối lộ

”



QUẢN LÝ XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Xung đột lợi ích có thể liên quan đến cá nhân hoặc công việc và có thể ảnh hưởng đến khả năng đưa ra quyết định công bằng và vì lợi ích của Imperial Brands. Chúng ta cam kết chủ động quản lý xung đột để đảm bảo vấn đề này không làm tổn hại tính chính trực của chúng ta.



- Hành động một cách chính trực và minh bạch, đồng thời tránh các tình huống mà mối quan hệ cá nhân hoặc lợi ích tài chính xung đột với lợi ích của Imperial Brands
- Khai báo mọi xung đột lợi ích thực tế, tiềm ẩn hoặc được biết ngay khi bạn biết đến
- Hợp tác và quản lý xung đột một cách minh bạch và vì lợi ích của Imperial Brands
- Không lợi dụng vị trí của bạn để hưởng lợi cá nhân hoặc lợi ích của người mà bạn có mối quan hệ cá nhân



“

Chúng ta cam kết chủ động quản lý xung đột để đảm bảo vấn đề này không làm tổn hại tính chính trực của chúng ta

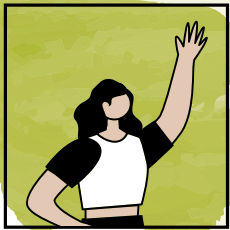
”



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

CẠNH TRANH CÔNG BẰNG

Imperial Brands cam kết cạnh tranh công bằng, hợp pháp và trung thực. Chúng ta tuân thủ mọi luật chống độc quyền và cạnh tranh áp dụng cho hoạt động kinh doanh của mình.



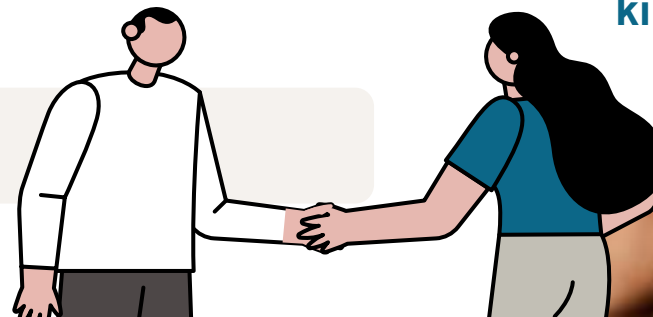
- Đảm bảo bạn hiểu và tuân thủ các luật cạnh tranh áp dụng cho thị trường của bạn, các chính sách của chúng ta và bất kỳ tài liệu hướng dẫn hoặc đào tạo về tính cạnh tranh liên quan nào khác
- Không tham gia vào các thỏa thuận chống cạnh tranh (ví dụ: ấn định giá, gian lận đấu thầu, chia sẻ thị phần). Luôn hoạt động và cạnh tranh độc lập với các đối thủ cạnh tranh
- Không thảo luận về các chủ đề thương mại nhạy cảm với đối thủ cạnh tranh như giá cả, điều khoản thương mại hoặc đột ra mắt sản phẩm mới
- Nếu bạn nhận được thông tin thương mại nhạy cảm, hãy trả lời bằng cách nêu rõ bạn không yêu cầu, không chấp nhận thông tin đó và người gửi không được gửi thêm thông tin. Nếu bạn vẫn tiếp tục nhận được thông tin như vậy trong cuộc họp, hãy rời cuộc họp và báo cáo sự việc cho Cố vấn pháp lý tại địa phương hoặc bộ phận Pháp lý của Tập đoàn ngay lập tức

Điều gì cấu thành thông tin thương mại nhạy cảm (CSI)?

Thông tin thương mại nhạy cảm (CSI) là bất kỳ thông tin không công khai nào về chính sách thương mại của doanh nghiệp có thể ảnh hưởng đến hành vi của đối thủ cạnh tranh. Thông tin này bao gồm nhưng không giới hạn chỉ là thông tin liên quan đến chiến lược thương mại, giá cả trong tương lai, bí mật thương mại, sở hữu trí tuệ và hồ sơ khách hàng và nhà cung cấp của công ty. Nếu bạn có bất kỳ nghi ngờ nào về yếu tố cấu thành CSI, vui lòng trao đổi với Cố vấn pháp lý tại địa phương hoặc bộ phận Pháp lý của Tập đoàn.



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

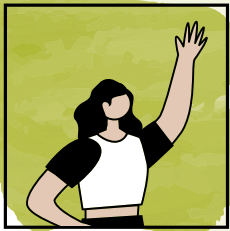


“
Chúng ta tuân thủ mọi luật
chống độc quyền và cạnh
tranh áp dụng cho hoạt động
kinh doanh của mình
”



THU THẬP THÔNG TIN CẠNH TRANH

Chúng ta quan sát môi trường cạnh tranh và phân tích xu hướng để phát triển doanh nghiệp nhằm đáp ứng yêu cầu của khách hàng.



- Tuân thủ tất cả các luật cạnh tranh liên quan khi thu thập, tiếp nhận hoặc trao đổi thông tin
- Tuyệt đối không trao đổi thông tin hoặc dữ liệu thương mại nhạy cảm với đối thủ cạnh tranh bằng văn bản hoặc bằng lời nói, theo cách chính thức hoặc không chính thức (kể cả thông qua bên trung gian hoặc bên thứ ba)
- Xin phê duyệt từ Cố vấn pháp lý địa phương, cố vấn pháp lý bên ngoài hoặc bộ phận Pháp lý của Tập đoàn trước khi thu thập hoặc tiếp nhận bất kỳ nguồn dữ liệu mới nào về xu hướng thị trường hoặc hoạt động của đối thủ cạnh tranh (kể cả thông qua bên thứ ba)
- Đảm bảo rằng mọi bản báo cáo ngành hoặc bản khảo sát so sánh mà chúng ta cung cấp dữ liệu (chẳng hạn như dữ liệu định giá/số lượng) đều được tổng hợp phù hợp, có tính lịch sử và không mang tính hướng tới tương lai



Nguồn thông tin cạnh tranh nào được chấp nhận?

- Truyền thông
- Các nguồn cho phép truy cập công khai trên internet, bao gồm trang web của công ty
- Khảo sát uy tín trong ngành
- Báo cáo thường niên
- Bài phát biểu trước công chúng của giám đốc điều hành công ty
- Hồ sơ công khai với các cơ quan chính phủ



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



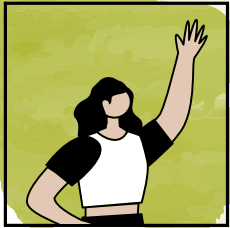
“

Chúng ta quan sát môi trường cạnh tranh và phân tích xu hướng để phát triển doanh nghiệp

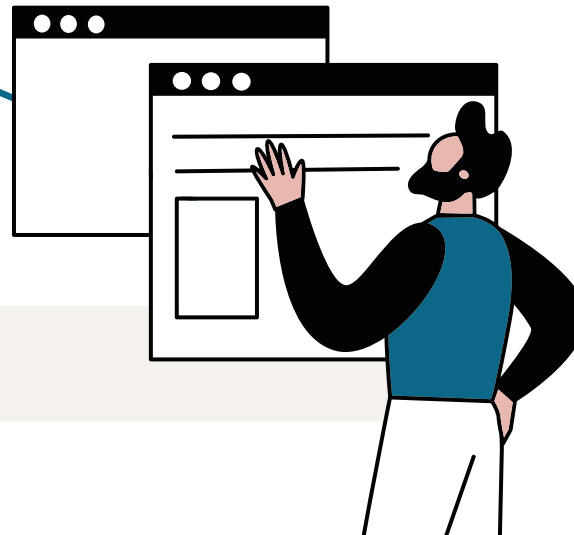
”

CẨM GIAO DỊCH NỘI GIẢN

Chúng ta cam kết xử lý thông tin không công khai về hiệu suất tài chính hoặc kế hoạch trong tương lai của công ty một cách thận trọng. Nếu thông tin này có thể ảnh hưởng đến giá cổ phiếu hoặc quyết định của nhà đầu tư, thì thông tin đó có thể là "thông tin nội bộ". Sử dụng thông tin nội bộ để đưa ra quyết định mua hoặc bán chứng khoán như cổ phiếu công ty là bất hợp pháp, bất kể vì lợi ích của bạn hay của bất kỳ ai khác.



- Giữ bí mật thông tin nội bộ và tuân thủ các quy tắc nghiêm ngặt về việc tiết lộ thông tin. Hãy nhớ rằng các quy tắc về giao dịch nội gián vẫn tiếp tục áp dụng khi bạn không còn là nhân viên của Imperial Brands
- Tuyệt đối không chia sẻ thông tin nội bộ khi chưa được phê duyệt trước và chỉ khi thông tin đó được yêu cầu trong quá trình thực hiện vai trò của bạn
- Không giao dịch chứng khoán của Imperial Brands, Logista hoặc bất kỳ công ty niêm yết nào khác dựa trên thông tin nội bộ
- Không phát tán thông tin sai lệch hoặc không chính xác về Imperial Brands hoặc các chứng khoán niêm yết công khai khác



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

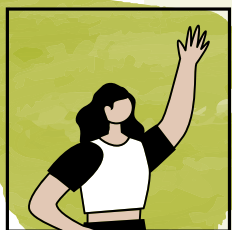


Một số nhân viên sẽ có quyền truy cập nhiều hơn vào thông tin nội bộ tiềm năng và được coi là "người trong công ty"



BÁO CÁO TÀI CHÍNH VÀ PHI TÀI CHÍNH CHUẨN XÁC

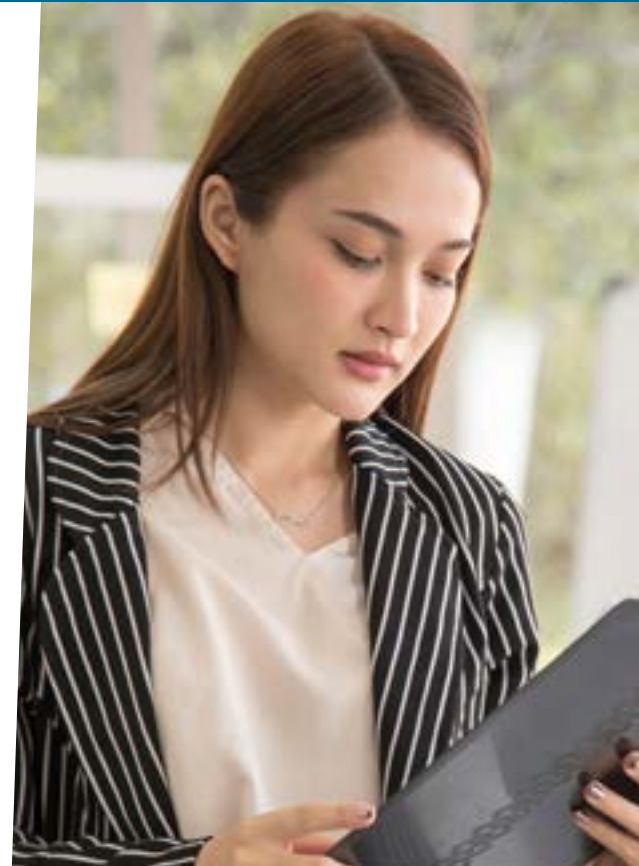
Chúng ta báo cáo về các hoạt động của mình một cách trung thực và chính xác, đồng thời tích cực thúc đẩy văn hóa không khoan nhượng trước hành vi gian lận. Quá trình duy trì hồ sơ tài chính và phi tài chính hoàn chỉnh và chính xác giúp chúng ta đưa ra quyết định kinh doanh tốt hơn, xây dựng lòng tin với các bên liên quan bên ngoài và hỗ trợ tham vọng của chúng ta nhằm đạt được thành công lâu dài và bền vững. Giả mạo hồ sơ hoặc tài khoản hoặc trình bày sai sự thật là hành vi gian lận và có thể gây hậu quả nghiêm trọng cho doanh nghiệp của chúng ta và các cá nhân liên quan.



- Trung thực và chính xác trong các báo cáo, tiết lộ, dự báo và phân tích
- Tuyệt đối không soạn hoặc gửi thông tin sai lệch hoặc gây hiểu lầm hoặc trình bày sai mục đích của bất kỳ giao dịch nào
- Tuân thủ tất cả luật pháp, yêu cầu kế toán bên ngoài và quy trình của công ty để báo cáo thông tin tài chính và phi tài chính
- Nêu lên mọi lo ngại về tính chính xác hoặc đầy đủ của báo cáo tài chính hoặc phi tài chính



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



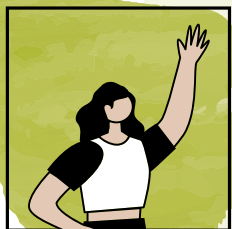
“

Chúng ta báo cáo về các hoạt động của mình một cách trung thực và chính xác, đồng thời tích cực thúc đẩy văn hóa không khoan nhượng trước hành vi gian lận

”

TUÂN THỦ CÁC YÊU CẦU HẢI QUAN VÀ THUẾ

Imperial Brands tuân thủ mọi luật pháp quốc gia và quốc tế về thuế doanh nghiệp và thuế thuốc lá. Chúng ta chính xác và minh bạch trong quá trình tiết lộ và chứng nhận, đồng thời hợp tác mang tính xây dựng với các cơ quan hải quan và thuế trên toàn thế giới để giúp chống lại nạn buôn bán phi pháp các sản phẩm của chúng ta. Chúng ta có các chính sách để tránh tạo điều kiện trốn thuế, bất kể được thực hiện bởi nhân viên, những người đại diện hoặc hành động thay mặt cho Imperial Brands hoặc những người nộp thuế khác mà chúng ta giao dịch.



- Tuân thủ mọi luật pháp quốc gia và quốc tế về thuế hải quan, thuế doanh nghiệp và thuế thuốc lá
- Báo cáo mọi khác biệt về sản phẩm nhận được hoặc những điểm không chính xác trong tài liệu Kiểm tra và theo dõi cho cơ quan hải quan liên quan
- Tuyệt đối không mang theo mẫu sản phẩm khi đi công tác
- Đảm bảo các đại lý, trung gian và cố vấn thuế hành động thay mặt cho Imperial Brands phải tuân theo các quy trình sàng lọc và ký kết hợp đồng phù hợp



Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ [Chiến lược thuế của Tập đoàn](#)

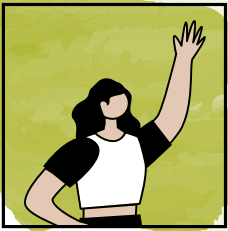


Chúng ta chính xác và minh bạch trong quá trình tiết lộ và chứng nhận, đồng thời hợp tác mang tính xây dựng với các cơ quan hải quan và thuế trên toàn thế giới



TUÂN THỦ LỆNH TRỪNG PHẠT VÀ HẠN CHẾ THƯƠNG MẠI

Chúng ta cam kết tuân thủ các lệnh trừng phạt quốc tế và hạn chế thương mại trên toàn cầu. Chúng ta duy trì các quy trình để giúp đảm bảo chúng ta không tham gia vào các giao dịch kinh doanh, trao đổi, tài chính hoặc thương mại khác với bất kỳ bên thứ ba, công ty hoặc cá nhân nào đang chịu lệnh trừng phạt.



- Hiểu rõ lệnh trừng phạt và hạn chế thương mại liên quan đến vai trò và trách nhiệm của bạn, đồng thời xin hướng dẫn từ Cố vấn pháp lý địa phương hoặc bộ phận Pháp lý của Tập đoàn nếu bạn cần hỗ trợ
- Chỉ tiến hành kinh doanh với bên thứ ba được phê duyệt (cá nhân và công ty) và đã được thẩm định theo quy trình của chúng ta
- Không chấp nhận hoặc bỏ qua bất kỳ nghi ngờ nào về hành động vi phạm lệnh trừng phạt quốc tế hoặc hạn chế thương mại
- Kiểm tra xem các lệnh trừng phạt hoặc hạn chế thương mại có áp dụng cho bên thứ ba nào (cá nhân hoặc công ty) mà chúng ta tiến hành kinh doanh hay không, đồng thời không ký kết các thỏa thuận được thiết kế để né tránh các lệnh trừng phạt



“

Chúng ta cam kết tuân thủ các lệnh trừng phạt quốc tế và hạn chế thương mại tại tất cả các quốc gia nơi chúng ta kinh doanh

”

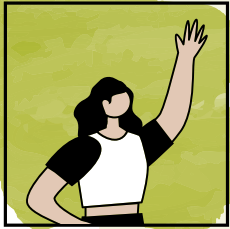


[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

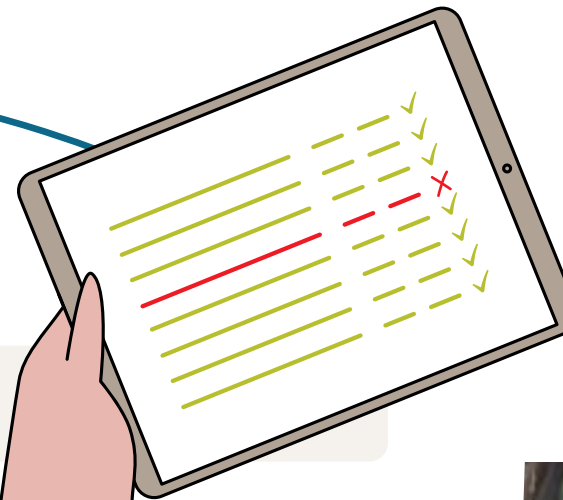


RỬA TIỀN

Chúng ta thực hiện các biện pháp tránh rửa tiền trong kinh doanh bằng cách chỉ hợp tác với khách hàng và nhà phân phối hợp pháp. Hoạt động rửa tiền thường liên quan đến tội phạm có tổ chức và khủng bố. Trách nhiệm của chúng ta là đảm bảo các tổ chức đó không sử dụng Imperial Brands để rửa tiền hoặc che giấu hoạt động hoặc danh tính của họ.



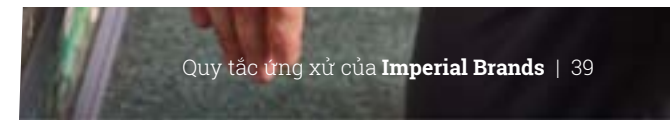
- Hiểu rõ bản chất và ảnh hưởng tiềm ẩn của rửa tiền đối với Imperial. Báo cáo mọi lo ngại mà bạn nghi ngờ hoặc quan sát thấy
- Chỉ chấp nhận thanh toán từ khách hàng, nhà phân phối và doanh nghiệp hoặc cá nhân được phê duyệt mà Imperial Brands thường hợp tác kinh doanh và đã trải qua kiểm tra thẩm định
- Chỉ chấp nhận thanh toán nhận được từ hoặc gửi đến các tài khoản ngân hàng được mở dưới tên pháp nhân hoặc cá nhân mà chúng ta giao dịch
- Không cố ý hoặc vô ý bỏ qua “dấu hiệu cảnh báo” cho thấy những giao dịch tài chính không phù hợp có thể đang diễn ra như giao dịch tiền mặt lớn, giao dịch nước ngoài hoặc sử dụng các tổ chức ẩn danh



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)

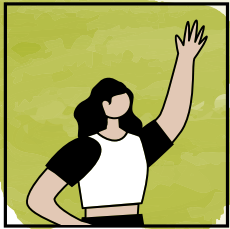


“
Chúng ta thực hiện
các biện pháp tránh
rửa tiền trong kinh
doanh bằng cách chỉ
hợp tác với khách
hàng và nhà phân phối
hợp pháp
”



MỐI QUAN HỆ NHÀ CUNG CẤP TIN CẬY

Để thành công, chúng ta dựa vào mối quan hệ đáng tin cậy với các nhà cung cấp cũng như khả năng tối đa hóa giá trị và giảm thiểu rủi ro khi làm việc với họ. Chúng ta tiến hành các hoạt động thu mua một cách công bằng, minh bạch và chuyên nghiệp, đồng thời chúng ta nỗ lực lựa chọn và hợp tác kinh doanh với các nhà cung cấp hành xử có đạo đức và có trách nhiệm.



- Tuân thủ quy trình thu mua đã thiết lập, bao gồm thực hiện thẩm định bắt buộc
- Không thực hiện cam kết bằng văn bản hoặc bằng lời nói với nhà cung cấp trừ khi bạn có thẩm quyền làm như vậy
- Đảm bảo rằng các nhà cung cấp nhận được [Quy tắc ứng xử dành cho nhà cung cấp](#), trong đó nêu rõ kỳ vọng của chúng ta về hành vi đạo đức và có trách nhiệm
- Không chấp nhận hoặc bỏ qua các hoạt động của nhà cung cấp có thể vi phạm Bộ quy tắc hoặc tiêu chuẩn của chúng ta. Báo cáo mọi lo ngại cho đội ngũ thu mua hoặc thông qua [kênh Lên tiếng](#)



“

Để thành công,
chúng ta dựa vào
mối quan hệ đáng
tin cậy với các nhà
cung cấp

”



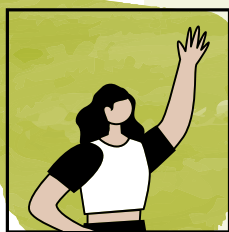
Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ
[Quy tắc ứng xử dành cho nhà cung cấp](#)



TƯƠNG TÁC VỚI CHÍNH PHỦ VÀ CƠ QUAN CHÍNH TRỊ

Chúng ta hợp tác với các chính phủ, đảng phái và ứng cử viên chính trị theo cùng cách mà chúng ta hợp tác với nhiều bên liên quan bên ngoài khác: công khai, có đạo đức và chỉ nhằm mục đích hỗ trợ thực hiện các mục tiêu kinh doanh hợp pháp của chúng ta. Hành vi không phù hợp liên quan đến chính phủ hoặc công chức có thể gây rủi ro đáng kể về mặt pháp lý và danh tiếng cho Imperial Brands.

Trong một số trường hợp, tương tác của chúng ta có thể bao gồm những đóng góp chính trị. Mọi đóng góp như vậy phải tuân theo mức độ minh bạch và trách nhiệm giải trình cao nhất và được phê duyệt theo hướng dẫn của công ty.



- Đảm bảo rằng các hoạt động tương tác với chính phủ chỉ được thực hiện bởi hoặc với đồng nghiệp được đào tạo hoặc cổ vấn chính trị đã được phê duyệt chính thức trước
- Vui lòng tuân theo các chính sách và hướng dẫn của công ty khi tương tác với đảng phái chính trị và ứng cử viên chính trị
- Không trả tiền để tiếp cận hoặc tạo ảnh hưởng đến các cơ quan quản lý hoặc các nhóm lợi ích đặc biệt
- Xin ý kiến pháp lý trước khi tham gia bất kỳ hoạt động chung nào của ngành với chính phủ hoặc cơ quan quản lý



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#)



Hành vi không phù hợp liên quan đến chính phủ hoặc công chức có thể gây rủi ro đáng kể về mặt pháp lý và danh tiếng cho Imperial Brands



MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

Chúng ta hoạt động theo tiêu chí tôn trọng môi trường và quyền lợi của cộng đồng nơi chúng ta hoạt động. Chúng ta cam kết giảm thiểu tác động đến môi trường và nỗ lực đóng góp tích cực cho xã hội bằng cách hỗ trợ sinh kế của những người tham gia vào hoạt động kinh doanh của chúng ta.

43 Bảo vệ môi trường tự nhiên

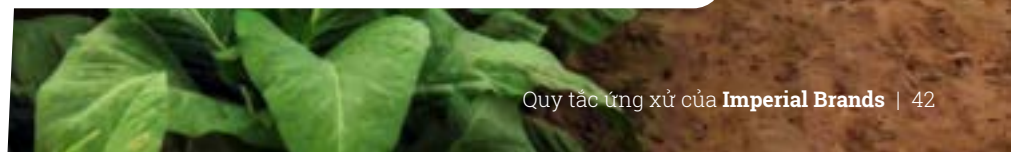
44 Đóng góp cho hoạt động thiện nguyện



“

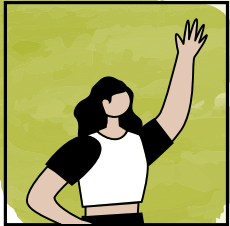
Chúng ta cam kết giảm thiểu tác động đến môi trường và nỗ lực đóng góp tích cực cho xã hội

”



BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG TỰ NHIÊN

Bảo vệ môi trường tự nhiên là điều tối quan trọng đối với sự bền vững của hành tinh chúng ta và hạnh phúc của các thế hệ tương lai. Chúng ta cam kết giảm thiểu tác động đến môi trường bằng cách sử dụng tài nguyên có trách nhiệm, giảm ô nhiễm và chất thải và bảo tồn đa dạng sinh học. Ngoài ra, với tham vọng đạt mục tiêu Phát thải ròng bằng 0 vào năm 2040, chúng ta cũng sẽ giảm phát thải carbon và thúc đẩy năng lượng tái tạo. Quản lý có trách nhiệm bao gồm quá trình giáo dục và hỗ trợ mọi người đưa ra lựa chọn đúng đắn, ủng hộ văn hóa quan tâm đến môi trường của chúng ta.



- Giảm thiểu tiêu thụ năng lượng thông qua bảo tồn và hiệu quả năng lượng và thúc đẩy năng lượng tái tạo, từ đó giảm lượng khí thải carbon
- Giảm chất thải tại nguồn và áp dụng tái chế
- Ở những khu vực khan hiếm nước, hãy sử dụng nước có trách nhiệm
- Bảo vệ môi trường tự nhiên và thúc đẩy đa dạng sinh học



[Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ](#) [Chính sách môi trường của Tập đoàn](#)
[Chiến lược Con người và Hành tinh](#) [Tóm tắt hiệu suất ESG](#)



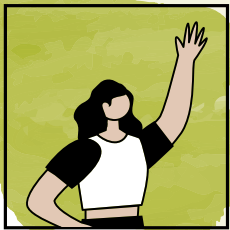
“
Chúng ta nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo tồn hành tinh cho các thế hệ tương lai và phấn đấu trở thành đối tác có trách nhiệm

”

ĐÓNG GÓP CHO HOẠT ĐỘNG THIỆN NGUYỆN

Chúng ta cam kết đóng góp tích cực cho cộng đồng nơi chúng ta hoạt động. Điều này sẽ nâng cao sự gắn kết của nhân viên, mối quan hệ kinh doanh và danh tiếng của công ty chúng ta, đồng thời là yếu tố quan trọng đối với vai trò lớn hơn của chúng ta trong xã hội. Hoạt động từ thiện của chúng ta phù hợp với **Chiến lược Con người và Hành tinh** của công ty.

Tạo điều kiện để nhân viên hỗ trợ cộng đồng của họ trong quá trình làm việc có thể cải thiện sức khỏe thông qua những trải nghiệm phong phú, đền ơn đáp nghĩa và quan tâm nhiều hơn về hoàn cảnh của người khác.



- Tập trung hỗ trợ cộng đồng vào các dự án phù hợp với Chiến lược Con người và Hành tinh của chúng ta và các Mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc, nhằm cải thiện cuộc sống của con người
- Chỉ quyên góp cho các tổ chức từ thiện hợp pháp, đã đăng ký chính thức
- Tuyệt đối không sử dụng đóng góp từ thiện hoặc quỹ đầu tư cộng đồng để quảng bá sản phẩm hoặc thương hiệu của Imperial Brands
- Tránh đóng góp liên quan đến trẻ em, các bệnh liên quan đến hút thuốc, nghệ thuật và thể thao. Những hoạt động chú trọng ngăn ngừa lao động trẻ em được chấp nhận. Tham khảo hướng dẫn tại địa phương



Nhấp vào đây để xem tài liệu tham khảo nội bộ [Chiến lược Con người và Hành tinh](#)

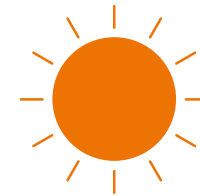


Chương trình hợp tác Leaf của chúng ta

Chương trình hợp tác Leaf của chúng ta hỗ trợ hoài bão về phúc lợi và sinh kế của người nông dân, đồng thời tài trợ cho các dự án liên quan đến tính bền vững tài chính, nông nghiệp bền vững và tiếp cận các nhu cầu cơ bản như giáo dục và nước uống sạch. Các hoạt động được thực hiện thông qua chương trình này không nằm trong các hướng dẫn này.



BẢNG THUẬT NGỮ



Buôn bán phi pháp

Phân phối hoặc bán trái phép sản phẩm ra ngoài thị trường địa lý hoặc kênh phân phối dự kiến. Ví dụ: hàng giả hoặc buôn lậu hàng hóa.

Công chức

Người giữ chức vụ lập pháp, hành chính hoặc tư pháp dưới bất kỳ hình thức nào, dù được bổ nhiệm hay bầu trong một tổ chức công.

Chế độ nô lệ hiện đại

Tuyển dụng, di chuyển, chứa chấp hoặc tiếp nhận cá nhân bằng cách sử dụng vũ lực, ép buộc, lạm dụng tình trạng yếu thế, lừa đảo hoặc các biện pháp khác nhằm mục đích bóc lột. Điều này bao gồm lao động cưỡng bức và/hoặc buôn bán, lao động trẻ em, bóc lột tình dục, hôn nhân cưỡng bức, ràng buộc nợ nần.

Đóng góp chính trị

Quà tặng dưới nhiều hình thức như tiền mặt, dịch vụ hoặc bất kỳ thứ gì có giá trị khác được một cá nhân hoặc tổ chức trao tặng để hỗ trợ một đảng phái chính trị, chính trị gia hoặc ứng cử viên chính trị nhất định.

Đối tác Con người & Văn hóa (P&C)

Một đồng nghiệp của Imperial hợp tác với một đội ngũ trong doanh nghiệp.

Đối tác kinh doanh bên ngoài

Cá nhân hoặc tổ chức có mối quan hệ thương mại với Imperial Brands, chẳng hạn như khách hàng, nhà cung cấp, nhà phân phối hoặc đại lý.

Gian lận

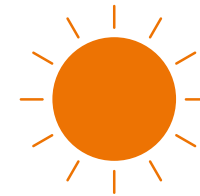
Cố ý lừa đảo nhằm mục đích gian dối để trục lợi cá nhân, thu lợi cho Tập đoàn, hoặc thu lợi cho cá nhân hoặc công ty khác mà quên đi Tập đoàn. Có thể bao gồm việc trình bày sai lệch thông tin tài chính hoặc phi tài chính, không tiết lộ thông tin hoặc biến thủ tài sản, cùng với các tội danh khác.

Giao dịch nội gián

Sử dụng thông tin không công khai về hiệu suất tài chính hoặc kế hoạch tương lai của công ty để đưa ra quyết định mua hoặc bán chứng khoán như cổ phiếu công ty.



BẢNG THUẬT NGỮ



Hối lộ

Đề nghị, hứa hẹn hoặc cung cấp một khoản đút lót hoặc phần thưởng nhằm giành được lợi thế thương mại, hợp đồng hoặc cá nhân bất kỳ.

Lệnh trừng phạt

Các biện pháp do chính phủ và các cơ quan quốc tế áp đặt nhằm hạn chế giao dịch với một số quốc gia, tổ chức và/hoặc cá nhân nhất định. Điều này có thể bao gồm hạn chế kinh tế, hạn chế thương mại, lệnh trừng phạt tài chính và lệnh cấm đi lại.

Luật cạnh tranh

Luật được thiết kế để khuyến khích thị trường tự do và bảo vệ người tiêu dùng và doanh nghiệp bằng cách quản lý giao dịch giữa các đối thủ cạnh tranh, khách hàng, nhà phân phối và các bên thứ ba khác cũng như hành vi trong môi trường nơi Imperial Brands có thị phần đáng kể.

Lừa đảo qua mạng

Nỗ lực nhằm thu thập thông tin như tên người dùng, mật khẩu, thông tin cạnh tranh hoặc thông tin cá nhân và/hoặc thông tin ngân hàng hoặc hệ thống truy cập, thông qua email, tin nhắn, trang web hoặc cuộc gọi điện thoại có vẻ như đến từ một người được coi là đáng tin cậy.

Phân biệt đối xử

Đối xử bất bình đẳng với bất kỳ cá nhân nào dựa trên giới tính, màu da, chủng tộc, khuyết tật hoặc bất kỳ cơ sở nào khác không liên quan đến hiệu suất hoặc khả năng thực hiện trách nhiệm của họ.

Quấy rối

Mọi hành vi bằng lời nói, không dùng lời nói hoặc hành động không mong muốn xâm phạm đến phẩm giá của người khác và/hoặc tạo ra môi trường làm việc đe dọa, thù địch, hạ thấp, làm nhục hoặc xúc phạm.



Rửa tiền

Thực hiện giao dịch để chuyển đổi tài sản thu được bất hợp pháp thành tài sản hợp pháp.

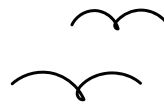
Sở hữu trí tuệ

Tài sản được pháp luật bảo vệ như nhãn hiệu, quyền thiết kế, bằng sáng chế và bản quyền ngăn chặn những người khác hưởng lợi từ thương hiệu và sáng kiến của chúng ta.

Tiền xúc tiến

Tiền thanh toán cho quan chức chính phủ để đẩy nhanh một công việc mà quan chức đó phải thực hiện theo quy trình.

BẢNG THUẬT NGỮ



Tham nhũng

Hành vi không trung thực và gian lận của những người nắm quyền, thường liên quan đến lạm dụng chức vụ công hoặc tư để trục lợi cá nhân.

Thẩm định

Quy trình bao gồm kiểm tra rủi ro và tuân thủ hoặc kiểm tra để xác minh dữ kiện và thông tin về bên thứ ba.

Thông tin cá nhân

Thông tin liên quan đến một người, chẳng hạn như tên, thông tin liên lạc, chức danh, địa điểm hoặc ngày sinh.

Thông tin mật

Thông tin mật có thể bao gồm phát triển sản phẩm và quy trình, dữ liệu bán hàng, tiếp thị và tài chính, kế hoạch kinh doanh, thay đổi quản lý cấp cao và thông tin về mua bán và sáp nhập. Thông tin cá nhân cũng được coi là thông tin mật.

Trả đũa

Đối xử bất bình đẳng hoặc bất kỳ hình thức gây tổn hại nào, chẳng hạn như giáng chức, giảm lương hoặc giảm điều kiện làm việc, hoặc sa thải, đối với người khác vì đã báo cáo nghi ngờ sai phạm hoặc hành vi sai trái.

Trốn thuế hoặc tạo điều kiện trốn thuế

Bất kỳ hành động nào của công ty hoặc bất kỳ bên liên quan nào nhằm cố tình gian lận doanh thu từ thuế hoặc trốn tránh nghĩa vụ nộp thuế.

Xung đột lợi ích

Tình huống trong đó lợi ích cá nhân hoặc riêng tư của một cá nhân có khả năng ảnh hưởng đến cách họ thực hiện nghĩa vụ nghề nghiệp của mình. Xung đột lợi ích có thể mang tính chất tài chính hoặc phi tài chính.

