



POLITICA PRIVIND

BRAND

PROMOTERII



Introducere

Echipele specializate de brand promotori ne ajută să ne comercializăm mărcile în întreaga lume și joacă un rol important ca ambasadori ai mărcilor noastre, promovând consumul moderat al produselor noastre.

Prezenta politică privind brand promoterii stabilește principiile și normele pentru utilizarea promotorilor. Ea are la bază valorile HEINEKEN, misiunea companiei noastre și angajamentul nostru față de drepturile omului.

În toate locurile în care ne desfășurăm activitatea ne respectăm valorile, pasiunea pentru calitate, viața, demnitatea oamenilor și a planetei. Dorim să ne tratăm toți angajații cu demnitate și să ne asigurăm că aceștia se simt în siguranță în mediul lor de lucru - Siguranța este principala noastră prioritate.

HEINEKEN recunoaște că pot exista decalaje între normele și așteptările noastre și ceea ce se întâmplă pe unele piețe. Ne angajăm să depunem toate eforturile în continuare să abordăm aceste probleme și să îmbunătățim condițiile de lucru ale brand promoterilor, în colaborare cu agențiile noastre, cu proprietarii punctelor de desfacere și cu partenerii în societăți mixte, precum și cu alte companii din industrie.

Considerăm că promovarea mărcilor noastre ar trebui să fie o etapă profesională atrăgătoare pentru femei și bărbați deopotrivă. Dorim să le oferim mai multor brand promotori șansa de a-și dezvolta carierele și de a evolua în alte funcții din cadrul companiei noastre. De asemenea, dorim să constituim, în timp, echipe de brand promotori mai diverse din punctul de vedere al genului, care să reflecte mai bine diversitatea afacerii noastre. Recunoaștem

că realizarea acestor aspirații va dura ceva timp, însă suntem angajați să le punem în aplicare în timp.

Prezenta politică privind brand promoterii a fost elaborată cu sugestii și sfaturi din partea ONG-urilor și a promotorilor înșiși. Cu sprijinul acestora, vom începe implementarea și vom monitoriza conformitatea.

Colaborând, vom îmbunătăți condițiile de muncă pentru mai multe persoane care lucrează în industria noastră.

Jan Derck van
Karnebeek, Director
comercial

Ce este un brand promoter și cu ce se ocupă el?

- Brand promoterii joacă un rol important în promovarea portofoliului nostru de mărci către clienți și consumatori la punctele de vânzare și la evenimentele HEINEKEN la nivel global.
- Rolul lor este acela de a promova mărcile noastre, de a acorda mostre, de a servi sau de a vinde băuturi în baruri, cluburi, restaurante, magazine sau la evenimente.
- În diferite țări brand promoterii sunt cunoscuți sub denumiri diferite, precum promotori de bere, ambasadori de marcă, echipe de bar, promoatoare, hostess etc.
- Brand promoterii pot fi de orice fel de gen.
- Brand promoterii pot fi angajați direct de către orice companie HEINEKEN sau pot fi angajați indirect, prin furnizori terți sau prin parteneri de afaceri specializați. Ei pot fi angajați prin contracte cu durată nedeterminată, contracte cu durată determinată sau alte forme de colaborare.
- Ei pot fi angajați pentru anumite evenimente de ospitalitate sau pentru activări de piață, ori în calitate de ospătari la punctul de vânzare. Ospătarii angajați în mod direct la punctele de desfacere nu fac obiectul prezentei politici.
- Ei pot lucra, după caz, în on-trade sau în off-trade, ori la evenimente.

Cele 7 principii ale HEINEKEN privind brand promoterii

PRINCIPIUL 1

Siguranța brand promoterilor este pe primul loc:

Brand promoterii trebuie să își poată desfășura activitatea în siguranță în permanență. Acesta include toate aspectele rolului lor: timpi de lucru, locuri, transport, uniformă, remunerație, sarcini și conduită. Nu vom utiliza brand promoteri dacă nu pot fi îndeplinite condițiile de siguranță.

PRINCIPIUL 2

Asistența este întotdeauna disponibilă: Brand promoterii vor putea cere întotdeauna sprijinul unui coleg sau al unui supervisor, după cum o cere situația. De asemenea, ei vor avea acces la linia de raportare HEINEKEN și la linia locală de asistență.

PRINCIPIUL 3

Instruirea este obligatorie: Brand promoterii vor fi instruiți cum să își desfășoare activitatea și vor putea să gestioneze în mod adecvat situații provocatoare și neprevăzute.

PRINCIPIUL 4

Nu există excepții: Dacă un brand promotor lucrează în numele unei mărci deținute de sau licențiate către HEINEKEN, subsidiarele sau societățile sale în asociere, promotorul face obiectul Politicii noastre privind brand promoterii. Niciun spațiu, niciun canal și nicio formă de activitate promoțională nu sunt scutite de la Politica noastră privind brand promoterii.

PRINCIPIUL 5

Conducerea este întotdeauna responsabilă: Managing Directorul OpCo-ului are obligația de a se asigura că prezenta politică este aplicată pe deplin.

PRINCIPIUL 6

Agențiile trebuie să se conformeze politicii noastre, iar punctele de desfacere trebuie să fie informate cu privire la standardele noastre aplicabile punctelor de desfacere/brand promoterilor: Toate agențiile terțe contractate pentru obținerea de brand promoteri pentru HEINEKEN trebuie să se conformeze prezentei politici. Toate punctele de desfacere unde sunt folosiți brand promoteri trebuie să fie informate cu privire la standardele noastre aplicabile punctelor de desfacere/brand promoterilor.

PRINCIPIUL 7

Monitorizăm conformitatea în mod regulat

Conformitatea cu prezenta politică va face parte din ciclul nostru de evaluare internă EOE (Excellent Outlet Execution - Execuție excelentă a punctelor de desfacere) și din procesul nostru de audit intern și vom efectua audituri periodice utilizând o parte terță independentă pentru a evalua conformitatea și pentru a comunica în legătură cu viitoarele etape/nevoi.

Principiul 1: Siguranța brand promoterilor este pe primul loc:

Un mediu de lucru sigur

HEINEKEN se angajează să se asigure că brand promoterii au un mediu de lucru sigur și sănătos. Aceasta include reducerea la minimum a riscului de accidente, a vătămarilor și a expunerii la pericole pentru sănătate. De asemenea, aceasta include toate aspectele rolului lor: timp de lucru, locuri, transport, uniformă, remunerație, sarcini și conduită.

Le solicităm furnizorilor noștri terți (agenții), precum și punctelor de desfacere și/sau locurilor să se angajeze la respectarea dispozițiilor de mai sus prin intermediul Codului furnizorilor HEINEKEN, respectiv al Standardelor aplicabile punctelor de desfacere/brand promoterilor (Anexa 2).

Combaterea hărțuirii

Nu tolerăm hărțuire de natură fizică, verbală, sexuală sau psihică, abuzuri sau amenințări. Nu tolerăm astfel de acțiuni la locul de muncă și în nicio circumstanță profesională în afara locului de muncă, precum evenimentele profesionale. Aceste aspecte sunt comunicate tuturor angajaților HEINEKEN

prin intermediul Codului de conduită în afaceri al HEINEKEN și al politicilor sale asociate. Le solicităm furnizorilor noștri terți (agenții), precum și punctelor de desfacere și/sau locațiilor de evenimente să se angajeze la respectarea acestui principiu prin intermediul Codului furnizorilor HEINEKEN, respectiv al Standardelor aplicabile punctelor de desfacere/brand promoterilor (Anexa 2).

Dacă un brand promoter este supus hărțuirii, unei atenții nedorite sau este expus unui mediu de lucru nesigur, acesta trebuie să raporteze imediat situația supervisorului său și/sau prin linia de asistență și de raportare a HEINEKEN și/sau prin linia locală de asistență. Politica/procedura de raportare a HEINEKEN se aplică pentru urmărirea și cercetarea tuturor cazurilor raportate.

În cazul în care se stabilește hărțuirea, se vor lua măsuri disciplinare împotriva angajaților, care pot merge până la concediere. Abordarea în caz de nerespectare a acestui principiu se regăsește în Actul adițional la Contractul

de agenție (Anexa 1), precum și în Standardele aplicabile punctelor de desfacere/brand promoterilor (Anexa 2).

Consumul responsabil de alcool

În timpul programului de lucru, brand promoterii nu au voie să consume băuturi alcoolice sau să se așeze ori să bea împreună cu consumatorii. Brand promoterii nu ar trebui să fie presați să bea pentru a sprijini vânzările sau pentru a-i face pe plac clientului sau consumatorului.

Brand promoterii trebuie să servească băuturi alcoolice doar persoanelor care au vârsta legală pentru a consuma alcool și persoanelor a căror stare de sănătate sau siguranță nu pare să fie în pericol și nu persoanelor care, în mod evident, au un consum iresponsabil.

Furnizorii noștri terți (agențiile) și brand promoterii sunt informați cu privire la aspectele de mai sus prin Actul adițional la Contractul de agenție (Anexa 1), precum și prin Broșura pentru brand promoterii (anexa 3).

Principiul 1: Siguranța brand promoterilor este pe primul loc:

Transportul

Brand promoterilor li se asigură transportul în siguranță la și de la domiciliu/puncte de întâlnire și între localuri.

Pentru călătoriile după ora 22.00 și/sau în zone îndepărtate, brand promoterii trebuie ori să își folosească propriul mijloc de transport, să primească o indemnizație de deplasare sau să li se asigure transport în siguranță.

OpCo-urile ar trebui să efectueze o evaluare a riscurilor pentru a înțelege cea mai bună opțiune de transport de pe propria piață, care poate diferi de la un loc la altul. Cea mai bună opțiune de transport este precizată în Actul adițional la Contractul de agenție (Anexa 1).

Brand promoterii ar trebui să folosească transportul pus la dispoziție, pentru propria lor siguranță.

Uniforme decente

Brand promoterii primesc uniforme cu însemnele mărcii, pentru a se asigura că sunt vizibili și identificabili în mod clar drept brand promoteri ce

lucrează în numele unei mărci

deținute de HEINEKEN sau licențiate către aceasta. Brand promoterii nu poartă aceste uniforme în afara serviciului.

Uniformele sunt decente, acceptabile din punct de vedere cultural și țin cont de opinia brand promoterilor însăși. Ele trebuie să respecte Normele privind uniformele brand promoterilor (Anexa 4). Orientările de marcă ale Heineken® pot servi drept ghid pentru alte mărci.

Furnizorii noștri terți (agențiile) și brand promoterii sunt informați cu privire la aspectele de mai sus prin Actul adițional la Contractul de agenție (Anexa 1), precum și prin Broșura pentru brand promoterii (Anexa 3).

Contractul de muncă

Brand promoterii trebuie să aibă cel puțin 18 ani sau vârsta legală pentru consum de alcool în țara de angajare, oricare dintre acestea este mai mare.

Angajatorul brand promoterului (e.g. compania HEINEKEN sau un furnizor terț)

le oferă brand promoterilor contracte de muncă încheiate în scris. Statutul profesional al brand promoterilor trebuie să respecte legislația muncii aplicabilă în țara de angajare.

Prezentul contract de muncă ar trebui să acopere cel puțin următoarele aspecte:

- Durata contractului și condițiile pentru încetarea contractului de muncă;
- Descrierea îndatoririlor și a locului/locurilor de muncă;
- Orele normale de lucru pe o anumită perioadă și programul de muncă;
- Salariul, beneficiile și alte componente ale remunerației;
- Detalii privind procesul de asistență pentru plângeri, raportare și asistență locală și numărul de telefon.

Pentru brand promoterii angajați în mod direct de către companiile HEINEKEN, OpCo-ul asigură respectarea dispozițiilor de mai sus. Furnizorii noștri terți (Agenții) sunt informați cu privire la aspectele de mai sus prin Actul adițional la Contractul de agenție (Anexa 1).

Principiul 1: Siguranța brand promoterilor este pe primul loc:

Un salariu echitabil

Angajatorul brand promoterului (compania HEINEKEN sau un furnizor terț) plătește brand promoterului un salariu echitabil pentru munca efectuată. Un salariu echitabil ar trebui să fie suficient pentru un nivel de trai decent, suficient pentru a satisface nevoile de bază ale brand promoterului și ale familiei sale. Angajatorul respectă salariul minim legal stabilit în țara în care își desfășoară activitatea. Dacă nu există un salariu minim legal sau dacă acesta nu este suficient pentru a asigura un nivel de trai decent, Angajatorul se va strădui să ofere Brand promoterilor un salariu suficient pentru asigurarea acestui nivel de trai.

Mai exact, brand promoterii trebuie să primească un salariu de bază fix pe oră în conformitate cu salariul echitabil (orar) valabil în țara respectivă. Suplimentar față de acest salariu de bază, Angajatorul poate plăti o compensație variabilă (dacă este cazul) de până la cel mult 20% din salariul de bază, pe baza unei combinații de KPI (indicatori cheie de performanță) inițiali și de rezultat.

Exemple de KPI de inițiali, fără a ne limita la acestea: MSOP (Minimum Standards of Performance - Standarde minime de performanță)

de ex. rata de prezență, punctualitatea la locul de muncă, uniformă conform standardului. Exemple de KPI de rezultat: KPI ce includ dar nu se limitează la volumul vânzărilor, KPI de execuție (e.g. rata de implicare a consumatorilor, prezentări etc.).

Angajatorul brand promoterului se asigură că brand promoterul înțelege pachetul de remunerație.

Pentru brand promoterii angajați în mod direct de către companiile HEINEKEN, OpCo asigură respectarea dispozițiilor de mai sus.

Furnizorii noștri terți (Agenții) sunt informați cu privire la aspectele de mai sus prin Actul adițional la Contractul de agenție (Anexa 1).

Principiul 2: Asistența este întotdeauna disponibilă:

Brand promoterii ar trebui să poată cere întotdeauna sprijinul imediat al unui coleg sau al unui supervisor, după cum o cere situația. Orice plângere în legătură cu execuția îndatoririlor ar trebui raportată imediat.

Furnizorii noștri terți (agențiile) și brand promoterii sunt informați cu privire la aspectele de mai sus prin Actul adițional la Contractul de agenție (Anexa 1), precum și prin Broșura pentru brand promoterii (anexa 3).

Brand promoterii pot solicita asistență pe următoarele căi:

- Raportarea oricărei preocupări prin intermediul supervisorului sau al angajatorului;
- Raportare on-line pe <http://speakup.heineken.com>;
- Apelând linia de asistență din țara respectivă.

Principiul 3: Instruirea este obligatorie:

Instruirea brand promoterilor

Pentru a dezvolta cunoștințele, competențele și atitudinile profesionale, HEINEKEN va furniza informații, instruire și formare, în mod regulat cu privire la toate aspectele legate de promovarea mărcii și la alte aspecte asociate acestor activități.

Înainte de a începe activitatea ca brand promoter, persoanele trebuie să finalizeze cel puțin un curs de formare online obligatoriu, de nivel de bază. Acest curs online include toate aspectele cheie ale prezentei politici. Un curs de actualizare se va organiza cel puțin la fiecare șase luni.

În plus, se practică și se recomandă ca brand promoterii să beneficieze de instruire suplimentară cel puțin în ceea ce privește următoarele elemente:

- Informații despre HEINEKEN, afacerea sa, scopul și valorile companiei.

- Cunoștințe despre produse și informații privind modalitatea de comercializare a anumitor mărci într-o gamă variată de situații.
- Sănătatea și siguranța și normele HEINEKEN pentru salvarea vieții.
- Instruire de tipul „Așa da, așa nu” privind abordarea clienților.
- Instrucțiuni privind conduita și codul vestimentar adecvat.
- Alcoolul și importanța unui consum responsabil.
- Clienții dificili: instruire specială pentru gestionarea situațiilor dificile, în special în cazul clienților care este posibil să fi consumat prea mult alcool.
- Gestionarea oricărei forme de hărțuire și a altor comportamente nedorite.
- Reclamații – cum se face o plângere sau cum se transmite o reclamație supervisorilor și utilizarea politicii de raportare a HEINEKEN.

Se păstrează o evidență a formărilor, pentru a verifica prezența brand promoterilor.

Echipele de comerț, achiziții și resurse umane ale HEINEKEN

Toate echipele de comerț, achiziții și resurse umane care au contact cu brand promoterii trebuie să finalizeze un curs online obligatoriu de nivel de bază. Acest curs online include toate aspectele cheie ale prezentei politici.

Principiul 4: Nu există excepții:

Prezenta politică se aplică tuturor companiilor HEINEKEN. Aceasta înseamnă orice companie deținută și controlată majoritar, direct sau indirect, de către HEINEKEN N.V.

Prezenta politică se aplică și partenerilor de afaceri specifici ai HEINEKEN. Aici intră partenerii HEINEKEN din cadrul societăților în asociere, distribuitorii și partenerii licențiați care vând mărci deținute de HEINEKEN.

Prezenta politică se aplică brand promoterilor angajați în mod direct de orice companie HEINEKEN sau indirect prin intermediul furnizorilor terți (de ex. agenții).

Și brand promoterii care lucrează în numele unei mărci deținute de HEINEKEN sau licențiate către aceasta prin intermediul unor parteneri de afaceri specifici fac obiectul prezentei politici.

Niciun spațiu, niciun canal și nicio formă specifică de activitate promoțională nu face excepție de la prezenta politică.

Principiul 5: Conducerea este întotdeauna responsabilă:

Managing Directorul fiecărei companii HEINEKEN care folosește brand promoterii are responsabilitatea de a asigura implementarea prezentei politici.

Directorul comercial al fiecărei companii HEINEKEN care angajează brand promoterii prin contracte cu terții are responsabilitatea de a se asigura că acești terți au semnat Codul Furnizorului HEINEKEN și Actul adițional la Contractul de agenție (Anexa 1), care conține elemente cheie ale prezentei politici.

Pentru fiecare punct de desfacere unde sunt folosiți brand promoterii, directorul comercial

are responsabilitatea de a se asigura că punctul de desfacere este informat cu privire la standardele pentru punctele de desfacere/brand promoterii (Anexa 2).

Conducerea OpCo-ului are responsabilitatea de a asigura diversitatea de gen a echipelor de brand promoterii, în timp. OpCo evaluează actuala diversitate de gen a echipelor de brand promoterii și creează un plan de acțiune documentat pentru creșterea diversității de gen. Gradul de îndeplinire a planului trebuie evaluat anual.

Principiul 6: Agențiile trebuie să se conformeze politicii noastre, iar punctele de desfacere trebuie să fie informate cu privire la standardele noastre aplicabile punctelor de desfacere/brand promoterilor:

Agențiile

Atunci când brand promoterii sunt angajați prin intermediul furnizorilor terți (agențiile – e.g. de BTL, de evenimente, de muncă temporară), le solicităm acestor agenții să respecte principiile-cheie evidențiate în prezenta politică.

De la aceste părți trebuie obținut Codul Furnizorului semnat, întrucât acesta conține elemente-cheie din Codul de conduită în afaceri al HEINEKEN și din politicile sale aferente (inclusiv în ceea ce privește drepturile omului și raportarea). În plus, trebuie să fie semnat un Act adițional la Contractul de agenție care să includă cel puțin dispozițiile din Anexa 1.

Conducerea OpCo-ului va stabili un proces pentru monitorizarea conformității cu Contractul de agent.

În caz de nerespectare a standardelor minime, astfel cum sunt definite în Codul Furnizorilor HEINEKEN, și a Actului adițional la Contractul

de agenții, HEINEKEN va colabora cu agenția pentru a lua măsuri corective într-un termen adecvat. Dacă o agenție nu poate remedia neconformitatea sau nu face acest lucru, HEINEKEN poate înceta relația.

Proprietarii sau directorii de puncte de desfacere și/sau localuri

Pentru fiecare punct de desfacere și/sau local unde apelăm la brand promoteri, le cerem punctelor de desfacere să se angajeze la respectarea principiilor-cheie evidențiate în prezenta politică.

Acestea vor fi informate cu privire la principiile-cheie ale prezentei politici în special prin intermediul Standardelor pentru punctele de desfacere/brand promoterii (vezi Anexa 2).

În caz de nerespectare a Standardelor pentru punctele de desfacere/brand promoterii, HEINEKEN va colabora cu punctul de desfacere pentru a lua măsuri corective într-un termen adecvat. Dacă un punct de desfacere nu poate remedia neconformitatea sau nu face acest lucru, HEINEKEN va retrage brand promoterii din acest punct de desfacere.

Alte părți

În cazul distribuitorilor care implică brand promoteri ce promovează orice mărci deținute de HEINEKEN se aplică aceleași norme care sunt descrise mai sus pentru agenții.

În cazul societăților mixte în care HEINEKEN are participație majoritară, directorul executiv are obligația de a asigura punerea în aplicare a prezentei politici.

În cazul societăților mixte în care HEINEKEN nu are participație majoritară, precum și al partenerilor licențiați, Acordul de licență pentru mărci comerciale (Trade Mark License Agreement - TMLA) pentru toate mărcile deținute de HEINEKEN va include o trimitere la prezenta politică. În caz de nerespectare a prezentei politici, HEINEKEN are dreptul de a refuza aprobarea planului anual de marcă.

Principiul 7: Monitorizăm conformitatea în mod regulat

Ne angajăm să monitorizăm în permanență conformitatea cu politicile HEINEKEN și să corectăm orice situație de neconformitate. Prezenta politică include elemente care sunt deja abordate de următoarele Reguli HEINEKEN:

- Regula 1 Conduita în afaceri: Codul de conduită în afaceri al HEINEKEN și politicile sale asociate, inclusiv politica privind drepturile omului și raportarea.
- Regula 2 Comunicarea comercială responsabilă: Un Cod de marketing responsabil.

De asemenea, Politica privind brand promoterii este atașată la Regula 4 Standardele de comerț.

Monitorizarea conformității cu această politică este integrată în cadrul de guvernare existent al HEINEKEN. În special:

- Normele HEINEKEN periodice controlează autoevaluarea în conformitate cu instrucțiunile corporative;
- Definirea planurilor de acțiune corective în cazul neconformităților, precum și înregistrarea acestor aspecte în BWisellIssue& Task Management;

- Includerea acestei politici în ciclul de evaluare a excelenței în execuția punctelor de desfacere (EOE).

Auditul global HEINEKEN poate include audituri de conformitate cu privire la prezenta politică în planul său anual de audit, care este aprobat de comitetul de audit al HEINEKEN N.V.

Pot fi angajate părți terțe externe, care să furnizeze asigurări independente suplimentare. Pentru aceste audituri se aplică metodologia de audit SMETA 6.0 (SEDEX Members Ethical Trade Audit - Audit comercial și etic pentru membrii SEDEX).

Aplicabilitate

Prezenta politică intră în vigoare începând cu 11 iunie 2018 (după Forumul 2018). Ea poate fi modificată periodic, conform anunțurilor.

Toate elementele incluse în această politică trebuie implementate cel târziu până la 31 decembrie 2018.

În cazul în care, din orice motiv, prezenta politică nu poate fi pusă în aplicare pe deplin pe orice piață sau în orice canal, brand promoterii nu vor mai fi utilizați pe piața sau pe canalul respectiv până ce nu se vor putea asigura cerințele acestei politici.

Anexa 1

Formular: Act adițional la Contractul de agenție

Notă introductivă: În acordul juridic (e.g. contract, completare la contractul de agenție, anexă la contractul de agenție) cu orice agenție (agenție BTL, agenție de evenimente, agenție de muncă temporară) care angajează brand promoterii în numele HEINEKEN trebuie să fie incluse următoarele elemente.

OpCo-ul are obligația de a verifica conformarea la legile și reglementările locale (și posibilele implicații legale locale) în înainte de a aplica Actul adițional din partea dreaptă.

CODUL FURNIZORULUI HEINEKEN

Agenția garantează că s-a familiarizat cu conținutul Codului Furnizorului HEINEKEN.

Agenția garantează că serviciile prestate respectă din toate punctele de vedere legile și reglementările aplicabile, precum și standardele minime prevăzute în Codul furnizorului HEINEKEN.

CONDIȚII DE ANGAJARE PENTRU BRAND PROMOTERII

Agenția angajează doar brand promoterii care au cel puțin 18 ani sau vârsta legală pentru consum de alcool în țara de angajare, oricare dintre acestea este mai mare.

Agenția garantează că brand promoterii li se vor oferi contracte de muncă scrise, semnate atât de brand promotorul, cât și de agenție, în calitate de angajator. Contractul trebuie să acopere cel puțin următoarele aspecte:

- Durata contractului și condițiile pentru încetarea contractului de muncă;
- Descrierea îndatoririlor și a locului/locurilor de muncă;

- Orele normale de lucru pe o anumită perioadă și programul de muncă;
- Salariul, beneficiile și alte componente ale remunerației;
- Detalii privind procesul de asistență HEINEKEN pentru plângeri și raportare și/sau linia de asistență locală și numărul de telefon;

Agenția se asigură că fiecare brand promoter își înțelege drepturile și îndatoririle din contractul de muncă (mai exact pachetul de remunerație); astfel, dacă promotorul de marcă nu știe să citească, Agenția îl va informa oral cu privire la conținutul contractului său de muncă.

Agenția va remunera brand promoterii cu un salariu de bază fix de cel puțin [XX] pe oră, cu condiția ca acesta să fie suficient pentru un nivel de trai decent, suficient pentru a satisface nevoile de bază ale brand promotorului și ale familiei sale.

Brand promoterii nu au voie să lucreze pe bază de comision. Agenția va implementa un bonus

Anexa 1

Formular: Act adițional la Contractul de agenție

de performanță limitat pentru Brand promoterii, care va fi de cel mult 20% din salariul de bază și va consta într-o combinație de indicatori cheie de performanță (KPI) de intrare și de rezultate. A se specifica de către OpCo, dacă este cazul.

Agenția garantează că va pune la dispoziție dovezi privind salariile plătite brand promoterilor, la solicitarea HEINEKEN.

PRACTICI DE LUCRU

HEINEKEN nu tolerează acțiuni de hărțuire fizice, verbale, sexuale, ori psihice, abuzuri sau amenințări la adresa brand promoterilor, nici în timpul programului de lucru, nici în vreo altă circumstanță profesională în afara programului de lucru, precum în timpul evenimentelor profesionale.

În timpul programului de lucru, brand promoterii nu au voie să consume băuturi alcoolice sau să se așeze ori să bea împreună cu consumatorii. Agenția garantează că brand promoterii nu vor fi presăși să bea pentru a sprijini vânzările sau pentru a le face pe plac clienților.

În acest sens, Agenția îi va învăța și îi va îndruma pe brand promoterii cum să refuze băuturile atunci când li se oferă și ce măsuri să ia când se simt presași să bea.

Agenția oferă brand promoterilor opțiuni sigure de transport pentru călătoriile după ora 22.00 și/sau în zone îndepărtate. A se specifica de către OpCo – ori transport cu mijloc de transport propriu, indemnizație de transport sau transport asigurat.

Agenția se va asigura că brand promoterii vor putea cere întotdeauna sprijinul unui coleg sau al unui supervisor, după cum o cere situația. Brand promoterii sunt informați în mod clar cu privire la procedura de reclamații.

HEINEKEN va furniza agenției uniforme decente, cu marcă, pentru toți brand promoterii. Agenția garantează că brand promoterii vor purta în permanență această uniformă în timpul programului de lucru și niciodată în afara acestuia.

FORMAREA

Agenția garantează că fiecare brand promoter va finaliza cel puțin un curs de formare online obligatoriu, de nivel de bază, înainte de a începe lucrul ca promotor de marcă. Un curs de actualizare se va organiza cel puțin la fiecare șase luni.

HEINEKEN va furniza Agenției informații și materiale privind acest curs de formare.

Opțional - se va specifica de către OpCo: Agenția garantează că fiecare brand promoter va realiza un curs de formare obligatoriu, de nivel de bază, înainte de începerea activității, care să includă următoarele cerințe minime:

- Sănătatea și siguranța și normele HEINEKEN pentru salvarea vieții.
- Informații despre HEINEKEN, afacerea sa, scopul și valorile companiei.
- Cunoștințe despre produse și informații privind modalitatea de comercializare a anumitor mărci într-o gamă variată de situații;
- Instruire de tipul „Așa da, așa nu” privind abordarea clienților.

Anexa 1

Formular: Act adițional la Contractul de agent

- Instrucțiuni privind conduita și codul vestimentar adecvat.
- Alcoolul și importanța unui consum responsabil;
- Clienții dificili: instruire specială pentru gestionarea situațiilor dificile, în special în cazul clienților care este posibil să fi consumat prea mult alcool;
- Gestionarea oricărei forme de hărțuire și a altor comportamente nedorite;
- Reclamații: formularea unei plângeri sau a unei reclamații către supervizori și utilizarea politicii de raportare a HEINEKEN și/sua a liniei locale de asistență.

RESPONSABILITĂȚILE BRAND PROMOTERILOR

Agenția se asigură că, în desfășurarea activităților lor, brand promoterii acționează în permanență în conformitate cu următoarele instrucțiuni:

- Rolul brand promoterilor este acela de a promova mărcile HEINEKEN și de a promova consumul moderat al produselor HEINEKEN;
- Brand promoterii trebuie să servească băuturi alcoolice doar persoanelor care au vârsta legală pentru consumul de alcool și persoanelor a căror sănătate sau siguranță

nu ar fi pusă în pericol în mod aparent Trebuie evitată în permanență servirea de băuturi alcoolice persoanelor care, în mod evident, consumă iresponsabil;

- Brand promoterii nu trebuie să consume niciodată băuturi alcoolice în timpul programului de lucru;
- Brand promoterii trebuie să folosească întotdeauna transportul pus la dispoziție, pentru propria lor siguranță;
- Brand promoterii trebuie să poarte uniforma pusă la dispoziție în timpul programului de lucru și niciodată în afara acestuia.

Agenția garantează că brand promoterii vor primi o broșură pentru brand promoterii, ce va include responsabilitățile de mai sus.

CONFORMITATE

Agenția garantează respectarea pe deplin a Codului furnizorului HEINEKEN și a clauzelor incluse în prezentul contract.

Dacă HEINEKEN ia cunoștință de orice încălcări comise față de orice brand promoter angajat de

Agenție, HEINEKEN va desfășura o anchetă. Dacă se demonstrează încălcarea și ea are legătură cu neglijența Agenției, HEINEKEN va lansa un plan de ameliorare ori contractul se încheie, iar Agenția este răspunzătoare pentru daunele asociate încălcării.

AUDITUL

În orice moment pe perioada prezentului Contract, HEINEKEN poate efectua audituri pentru a verifica conformitatea cu Codul furnizorului HEINEKEN și cu prezentul contract.

Agenția se angajează să coopereze pe deplin cu auditorul pentru facilitarea auditului în special asigurând accesul acestuia la orice spațiu, instalație, documentație sau informație solicitată și răspunzând la toate întrebările acestuia.

Pentru aceste audituri HEINEKEN va aplica metodologia de audit SMETA 6.0 (SEDEX Members Ethical Trade Audit - Audit comercial și etic pentru membrii SEDEX).

Anexa 2

Formular: Standarde pentru punctele de desfacere/brand promoterii

Notă introductivă: Toate punctele de desfacere unde sunt folosiți brand promoterii trebuie informate cel puțin cu privire la standardele din partea dreaptă.

Brand promoterii pot fi angajați direct de către orice companie HEINEKEN sau pot fi angajați indirect, prin furnizori terți sau prin parteneri de afaceri specifici.

Valorile HEINEKEN sunt pasiunea pentru calitate, viața și respectul pentru oameni și planetă. A ne respecta valorile înseamnă să facem afaceri în mod integru și echitabil, să respectăm drepturile omului și să punem siguranța pe primul loc

Contăm pe dumneavoastră ca să ne ajutați să ne respectăm în permanență valorile și angajamentele față de o conduită responsabilă în afaceri.

În relația cu brand promoterii, care reprezintă mărcile HEINEKEN, ne așteptăm să respectați următoarele standarde.

Un mediu de lucru sigur

- Să asigurați un mediu de lucru sigur și sănătos.
- Să nu le cereți brand promoterilor să se implice în activități ce nu fac parte din sfera lor de responsabilitate.

Absența hărțuirilor

- Să nu tolerați hărțuirea fizică, verbală, sexuală sau psihică, abuzuri sau amenințări. Aceasta include depunerea de eforturi pentru a vă asigura că brand promoterii

nu sunt expuși unor astfel de situații - indiferent dacă este vorba despre personalul sau clienții punctelor de desfacere.

- În caz de hărțuire sau agresiune, punctul de desfacere va lua măsurile adecvate pentru a-i proteja pe brand promoterii și va informa imediat supervisorul.

Consumul responsabil de alcool

- Brand promoterii nu se vor așeza să bea cu consumatorii și nu vor consuma băuturi alcoolice în timpul programului de lucru;
- Brand promoterii vor servi băuturi alcoolice doar persoanelor care au vârsta legală pentru consumul de alcool și persoanelor a căror sănătate sau siguranță nu sunt, aparent, puse în pericol.

În caz de nerespectare a standardelor minime precizate mai sus, HEINEKEN va colabora cu punctul de desfacere pentru a lua măsuri corective într-un termen adecvat. Dacă un punct de desfacere nu poate remedia neconformitatea sau nu face acest lucru, HEINEKEN va retrage brand promoterii din acest punct de desfacere.

Anexa 3

Formular: Broșură pentru brand promoterii

Notă introductivă: Toți brand promoterii trebuie să primească o broșură (în format fizic și electronic - e-mail, telefon mobil) care să conțină elementele din partea dreaptă.

Rolul tău

- Tu acționezi ca ambasador al mărcilor HEINEKEN
- Angajatorul tău trebuie să îți pună la dispoziție un contract de muncă în scris
- Nu efectua sarcini ce depășesc sfera ta de responsabilitate

Raportați!

- Nu accepta hărțuirea fizică, verbală, sexuală sau psihică, abuzuri sau amenințări.
- Raportează (anonim sau nu) dacă ești expus/ă unui mediu de lucru nesigur
- Ce poți face?
 1. Poți transmite o sesizare supervisorului sau angajatorului sau
 2. Poți transmite un raport on-line pe <http://speakup.heineken.com>; sau
 3. Poți suna la linia locală de asistență +123456789

Orice sesizare va fi tratată în mod **adecvat** și **confidențial**

Consumul responsabil de alcool

- Nu consuma băuturi alcoolice în timpul programului de lucru
- Nu te așeza să bei cu consumatorii
- Servește băuturi alcoolice doar consumatorilor care au vârsta legală necesară pentru a consuma alcool
- Nu servi băuturi alcoolice consumatorilor a căror sănătate sau siguranță este, aparent, în pericol sau care, în mod evident, consumă iresponsabil

Instruirea

- Realizează formarea online obligatorie înainte de a începe să lucrezi ca brand promoter
- Repetă formarea la fiecare 6 luni

Uniforme decente

- Poartă uniforma furnizată în timpul programului de lucru
- Nu purta niciodată uniforma în afara programului de lucru

Transportul

- Folosește transportul asigurat la și de la punctul de desfacere, pentru siguranța ta.

Anexa 4

Norme privind uniformele brand promoterilor

Următoarele norme se aplică uniformelor tuturor brand promoterilor (bărbați, femei) pentru toate piețele și toate mărcile:

- Uniformele specifice unei mărci vor fi concepute de la caz la caz pe baza acestor norme generale;
- Uniformele trebuie să fie sigure, funcționale și decente/adecvate;
- Toate suprafețele corpului indicate cu roșu mai jos trebuie să fie - cel puțin - acoperite; această dispoziție este valabilă și pentru față, și pentru spate.
- Nu folosiți materiale foarte mulate sau elastice;
- Nu folosiți materiale transparente, dantelă, latex, cauciuc, materiale foarte lucioase.

Trebuie evitată, în general, orice formă de îmbrăcăminte care ar putea părea provocatoare sau sugestivă.

