

ПОЛИТИКА PEPSICO, РЕГУЛИРУЮЩАЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ, ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЕ ПУБЛИКАЦИЙ В СМИ

Фирменный стиль PepsiCo и ее брендов, а также репутация компании и информация, относящаяся к ней и ее торговым знакам (брендам), являются ценными активами компании. Общение с представителями средств массовой информации (СМИ), комментарии «не для печати» или раскрытие данных, которые не были ранее публично объявлены, могут нанести вред компании: ее финансовому положению, правовому статусу или конкурентоспособности.

В компании PepsiCo и ее подразделениях работают сотрудники, наделенные соответствующими полномочиями, в обязанности которых входят работа с представителями СМИ, подготовка ответов на запросы СМИ и выступления в роли официального спикера компании. Данная политика направлена на обеспечение правильного и целесообразного отображения деятельности компании в СМИ. Все сотрудники компании и ее подразделений, входящих в группу компаний PepsiCo, а также поставщики компании, которые могут быть заинтересованы в распространении информации о деятельности PepsiCo, ее подразделений и брендов, должны следовать требованиям данной политики.

Все правила PepsiCo в отношении конфиденциальной и служебной информации применяются для всех случаев общественных выступлений и контактов со СМИ, упомянутых в данной политике. Для ознакомления с Политикой раскрытия информации, Политикой по раскрытию информации о конфликте интересов, Кодексом поведения и другими соответствующими политиками в полном объеме перейдите по ссылке: <https://www.mypepsico.com/wps/myportal/mypepsico/aboutpepsico/policies>

КОНТАКТЫ СО СМИ

Представители СМИ – это журналисты, редакторы, блогеры, а также все, кто публикует новости, предназначенные для внешней аудитории в печатном виде, онлайн, транслирует их или публикует с использованием каналов социальных медиа.

Любое взаимодействие со СМИ на темы, связанные с PepsiCo – проактивное или реактивное – должно быть заблаговременно согласовано и скоординировано с [Отделом корпоративных коммуникаций](#), который входит в состав Департамента по корпоративным отношениям (CORA). Любой сотрудник, к которому обратился представитель СМИ или блоггер, **ДОЛЖЕН незамедлительно направить запрос сотруднику Отдела корпоративных коммуникаций, чтобы получить рекомендации в отношении того, нужно ли отвечать и как это делать.**

Сотрудник Отдела корпоративных коммуникаций должен присутствовать (по телефону или лично) при проведении любого интервью со СМИ с участием должностных лиц, директоров, сотрудников, членов консультационного совета, консультантов на темы, связанные с PepsiCo. Это позволит защитить сотрудников в случаях, когда их высказывания могут быть искажены либо когда сотрудники не уверены относительно возможности раскрытия определенной информации. Кроме того, присутствуя при разговоре, сотрудник Отдела корпоративных

коммуникаций сможет предоставить дополнительную информацию, которая может потребоваться.

В том случае, если сотрудник, член консультационного совета или консультант хочет привлечь PR-агентство для выполнения работ, связанных с PepsiCo, ее брендами или другими вопросами, имеющими отношение к бизнесу компании, это должно быть скоординировано и согласовано с Отделом корпоративных коммуникаций.

ПРЕСС-РЕЛИЗЫ И ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ ВО ВНЕШНИХ ИСТОЧНИКАХ

Пресс-релиз представляет собой информационное сообщение, предназначенное для СМИ и считается официальным заявлением PepsiCo. Сотрудники Отдела корпоративных коммуникаций, при необходимости совместно с другими департаментами, определяют, будет ли компания выпускать пресс-релиз, когда и в какие СМИ пресс-релиз будет направляться. С Отделом корпоративных коммуникаций должны согласовываться все пресс-релизы, имеющие отношение к PepsiCo, ее брендам и сотрудникам.

Все относящиеся к компании материалы, предназначенные для демонстрации внешней аудитории или публикации на внешних ресурсах (например, презентация сотрудника компании, выступающего на конференции, информационные сообщения других компаний о сотрудничестве с PepsiCo, пресс-релизы, в которых речь идет о сотрудниках компании, письма представителям СМИ, авторские статьи) должны быть одобрены сотрудником Отдела корпоративных коммуникаций до публикации документа.

Те же указания применяются к книгам, публикуемым сотрудниками, членами консультационного совета или консультантами, о бизнесе PepsiCo и/или их роли в компании. Для получения дополнительной информации в отношении публикаций, пожалуйста, обратитесь к нашей Политике в отношении публикаций.

УЧАСТИЕ В МЕРОПРИЯТИЯХ И ВЫСТУПЛЕНИЯ

Все внешние мероприятия должны расцениваться как публичные, даже если они не предназначены для прессы. По этой причине все приглашения к выступлению на темы, связанные с PepsiCo, должны должным образом оцениваться, а также **заблаговременно** координироваться и согласовываться с Отделом корпоративных коммуникаций.

Все презентации, речи для выступления и связанные с ними дополнительные материалы, имеющие отношение к PepsiCo и предназначенные для внешней аудитории, должны быть заблаговременно согласованы с сотрудником Отдела корпоративных коммуникаций (и юридическим департаментом при необходимости).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАЗВАНИЯ КОМПАНИИ И КОРПОРАТИВНОЙ СИМВОЛИКИ

Использование названия компании и/или ее брендов, а также корпоративной символики (логотипа компании и других узнаваемых элементов фирменного стиля) в пресс-релизах, информационных сообщениях, на веб-сайтах других компаний возможно только **после получения соответствующего разрешения** сотрудника Отдела корпоративных коммуникаций (и юридического департамента при необходимости).

Те же указания применяются к книгам, публикуемым сотрудниками, членами консультационного совета или консультантами, о бизнесе PepsiCo и/или их роли в компании.

КЛИЕНТЫ И ПАРТНЕРЫ

Ни при каких обстоятельствах сотрудник компании PepsiCo и ее подразделений не может выступать с комментариями в адрес наших клиентов и партнеров. Любые вопросы или просьбы предоставить комментарии, касающиеся деятельности клиента или партнера, должны направляться сотруднику Отдела корпоративных коммуникаций.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, ВЕДЕНИЕ БЛОГОВ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С БЛОГГЕРАМИ

Несмотря на то, что информация в блогах носит неформальный характер, по сути, блоги являются одной из форм СМИ, и любая информация, размещаемая в блогах и имеющая какое-либо отношение к компании PepsiCo и ее подразделениям, регулируется теми же стандартами, которые изложены в этой Политике, Политике раскрытия информации, Политике PepsiCo об использовании социальных медиа и Кодексе поведения.

Для получения дополнительной информации по социальным медиа, ведению блогов и участию в них, пожалуйста, обратитесь к Политике PepsiCo об использовании социальных медиа.

Ничто, содержащееся в этой политике, не направлено на вмешательство в права работников, в соответствии с национальным законом о трудовых отношениях, в том числе, но не ограничиваясь, в право работников обсуждать условия своих трудовых отношений, текущие трудовые споры или иные законы, защищающие законную трудовую деятельность, и не может быть истолковано или применено таким образом, чтобы нарушить права работников в отношении самоорганизации, создания, вступления или содействия трудовым организациям работников, ведения коллективных переговоров с помощью выбранных представителей, или занятий иной согласованной деятельностью для ведения коллективных переговоров или оказания взаимной помощи или защиты.

Политика PepsiCo, регулирующая взаимодействие со СМИ, публичные выступления и размещение публикаций в СМИ, утверждена в апреле 2013 года и заменяет собой любые существующие политики в этой области. Данная политика будет действовать до тех пор, пока не будет изменена или отменена Департаментом коммуникаций PepsiCo. К любому лицу, нарушившему положения данной политики, будут применяться соответствующие дисциплинарные меры, установленные компанией.
