
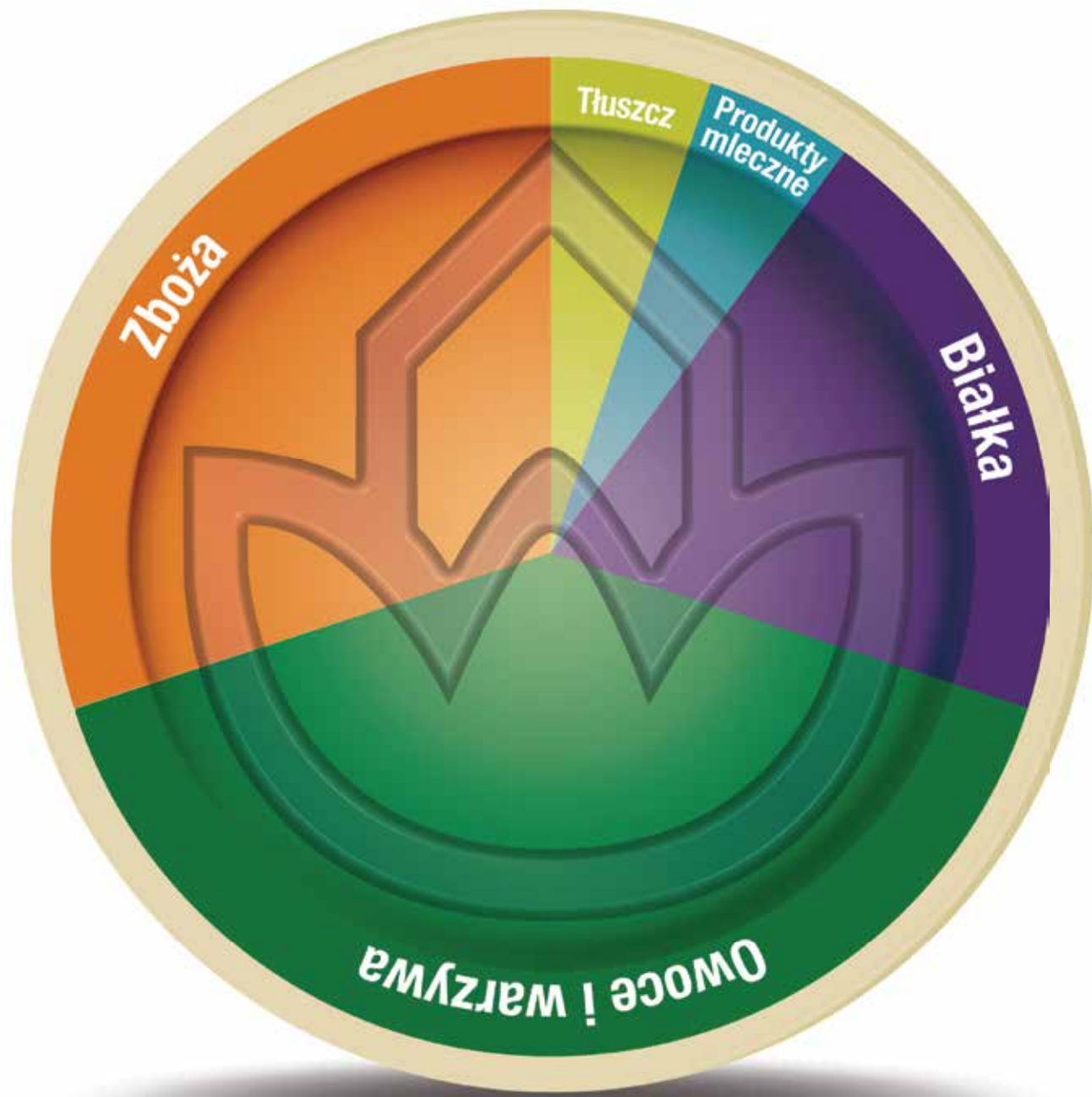


NATUR HOUSE



**KODEKS ETYCZNY
NATURHOUSE HEALTH, S.A.**





List Prezesa Zarządu

Przez ostatnie 25 lat nasza firma rozwijała się stopniowo w sektorze reedukacji żywieniowej. W tym okresie przekroczyliśmy wiele granic, nasze poczucie zadowolenia wzrosło dzięki uznaniu klientów, franczyzobiorców, pracowników i akcjonariuszy. Fakt ten wymaga od nas wzmocnienia wysiłków na rzecz utrzymania zasad i wartości Naturhouse, by nadal stanowiły one podstawę, na której opierają się wszystkie decyzje i kierunki naszych działań.

Przykładem tego jest powstanie niniejszego Kodeksu ds. Etyki i Postępowania, który nie jest tylko zestawem zasad, ale ma na celu wzmocnienie kultury przestrzegania przepisów i przyczyniania się w skuteczny sposób do pokazania wszystkim, z którymi utrzymujemy relacje, jaka jest nasza postawa etyczna oraz jak ją stosować na co dzień.

Wiem, że w prawidłowym zastosowaniu Kodeksu mogę liczyć na wsparcie wszystkich, którzy tworzą Naturhouse oraz że możliwe jest osiągnięcie sukcesu przy działaniu w sposób zrównoważony i odpowiedzialny. Dziękuję Wam z góry za to, że będziecie się stosować do postanowień Kodeksu. Wierzę, że pozwoli to wszystkim nam czuć dumę z bycia pracownikiem i częścią tej firmy oraz dbać o jej dobre imię.

Z poważaniem

A handwritten signature in black ink, enclosed in a simple oval shape.

Félix Revuelta
Założyciel Naturhouse Health, S.A

INDEKS

	Wprowadzenie	05
1.	Cel	09
2.	Zakres stosowania	10
3.	Zdefiniowanie osób objętych obowiązkiem	11
4.	Grupa korporacyjna	15
5.	Wartości i zasady	16
6.	Inne wewnętrzne kodeksy postępowania	18
7.	Podstawowe zasady zachowania	21
8.	Informacje poufne. Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej	29
9.	Klauzule kontraktowe	32
10.	Organ odpowiedzialny za zgodność	33
11.	Obowiązkowa zgodność	34
12.	Kanał zapytań/skarg	35
13.	System dyscyplinarny	37
14.	Kształcenie	37
15.	Rewizja/aktualizacja	38

WPROWADZENIE

KODEKS DS. ETYKI JEST NAJWYŻSZYM WEWNĘTRZNYM STANDARDEM, KTÓRY USTANAWIA ZASADY, WARTOŚCI I WYTYCZNE DOTYCZĄCE POSTĘPOWANIA, KTÓRE POWINNY BYĆ PRZESTRZEGANE PRZEZ WSZYSTKICH LUDZI ZINTEGROWANYCH Z FIRMĄ W RAMACH KULTURY KORPORACYJNEJ, PRZY WYKONYWANIU SWEJ PRACY.

Naturhouse Health, S.A. (zwana dalej „Naturhouse” lub „Spółką”), jest międzynarodową grupą biznesową zajmującą się dietetyką w sektorze żywienia, działającą w oparciu o własny i unikalny model biznesowy zwany "Metodą Naturhouse", który poprawił jakość życia ponad 6,5 miliona osób, rozpowszechniając najlepsze praktyki doradztwa żywieniowego na całym świecie. Firma oferuje szeroką gamę naturalnych produktów własnej produkcji i własny kanał dystrybucji. Ponad 20 lat reedukacji żywieniowej i niezliczone historie sukcesów klientów Naturhouse potwierdzają, że ta metoda jest skutecznym i unikalnym rozwiązaniem mającym na celu osiągnięcie i utrzymanie właściwej wagi.

Naturhouse ma swoje korzenie w Kiluva, grupie związanej z rodziną Revuelta, założonej w 1986 roku. Jej założyciel i obecny prezes firmy Pan Felix Revuelta, po latach zdobywania doświadczenia w branży żywieniowej zauważył, że w Hiszpanii istniała nisza dla firmy skoncentrowanej na działalności żywieniowej i produktach pochodzenia naturalnego, posiadającej szczególne, wyróżniające cechy: wysokiej jakości doradztwo, które

pozwalają idealnie dobrać produkt i ustalić wytyczne żywieniowe do oczekiwań i sytuacji klienta sprawiając, że konsumenci uczestniczą w satysfakcjonującym ich procesie. Dzisiaj, po ponad 20 latach, Naturhouse ma ponad 2300 Centrów Dietetycznych w 32 krajach, a wizerunek marki znany jest na całym świecie.

Firma rozrosła się pod względem wielkości i obecności, będąc nastawioną na ciągłe doskonalenie i proaktywną otwartość na zmiany doświadczane przez biznesową rzeczywistość w miejscach, w których rozwija swoją Metodę. W ramach swojego zobowiązania i zaangażowania w monitorowanie i kontrolę zmian regulacyjnych i nowych wymagań rynku Zarząd, mając na uwadze zmianę Kodeksu Karnego, wprowadzoną Ustawą Organiczną 1/2015 z 30 marca (dot. Hiszpanii), która weszła w życie w lipcu oraz opierając się na sprawozdaniach przedstawionych przez Oddelegowaną Komisję Zarządu, Komisję ds. Audytu i Nominacji oraz Komisję ds. Wynagrodzeń, postanowił zatwierdzić i wdrożyć system programu zapobiegania przestępczości, który będzie w całości zgodny z wymogami i warunkami

określonymi w artykule 31bis Kodeksu karnego w jego obecnej formie. Tym samym rozszerzono zasięg, obowiązujących wymagań etycznych na cały model organizacji i zarządzanie, z zastosowaniem odpowiedniego nadzoru i kontroli zapobiegania przestępczości.

Zważywszy ponadto, że wdrożenie Modelu Zapobiegania Przestępczości wymaga opracowania procedur w celu wzmocnienia i rozpowszechnienia polityki wewnętrznej i stworzenia kompleksowego podejścia do zarządzania ryzykiem, konieczne jest wprowadzenie identyfikacji procesów, w których należy przeciwdziałać popełnieniu przestępstwa, identyfikacji ryzyka właściwego dla działalności, oceny i priorytetyzacji zidentyfikowanego ryzyka, przeglądu bieżących procesów kontroli oraz przedstawienia i realizacja Planu Działania, przy czym cały proces odbywał się będzie przy pełnym zaangażowaniu Audytu Wewnętrznego i na wszystkich szczeblach organizacyjnych. Zarząd na posiedzeniu w dniu 10 października 2015 roku określił podstawy dla rozwoju powyższego modelu, w szczególności zatwierdzono następujące inicjatywy:

- a. Powierzenie Komisji ds. Audytu, przy współpracy z Komisją ds. Nominacji i Wynagrodzeń, Kierownictwem Spółki oraz osobą odpowiedzialną za Audyt Wewnętrzny firmy, przeprowadzenia procesu wdrażania systemu Modelu Zapobiegania Przestępczości, który obejmuje zdefiniowanie i rozpowszechnianie Kodeksu Etyki firmy jako najwyższego standardu wewnętrznego, o najszerszym zakresie regulacyjnym wszystkich aspektów i zachowań.
- b. Przydzielenie odpowiednich zasobów dla jego wdrożenia oraz wykonania, zgodnie z opracowywanym planem pracy i ustalonymi kryteriami, określonymi przez Komisję ds. Audytu.
- c. Monitorowanie za pomocą systemu sprawozdawczości w ramach Audytu Wewnętrznego i regularne spotkania uzupełniające, wystarczające dla zapewnienia zgodności z ustalonym planem i zakresem wyznaczonych celów.

Obecnie wdrażany Model Zgodności jest wynikiem procesu przeglądu i przeformułowania ogólnych przepisów wewnętrznych, a w szczególności stworzenia zapisów niniejszego Kodeksu, w celu zapewnienia spójności praktyki i osiągnięcia pełnego zaangażowania wszystkich osób, które tworzą firmę lub są z nią powiązane. Ostateczne zatwierdzenie niniejszego Kodeksu miało miejsce na posiedzeniu Komisji Audytu w dniu 22 lipca. Przyjęto wtedy treść ujętą w Kodeksie Etyki, przy zatwierdzeniu jego corocznej rewizji oraz przyjęto treść Podręcznika Prewencji Prawnej, w którym ujęto wszystkie działania korporacyjne.



1. CEL

Niniejszy Kodeks Etycznego Postępowania stanowi deklarację o wartościach, zasadach i wytycznych, które powinny kierować zachowaniem wszystkich osób działających w Grupie, przy wykonywaniu swoich czynności zawodowych, z zastrzeżeniem efektywnego przestrzegania praw człowieka i praw pracowniczych oraz integracji całego kolektywu ludzi z jego złożonością i różnorodnością w ramach kultury korporacyjnej. Podstawowym celem tych zasad jest ustanowienie przewodnika etycznego, który służyć będzie jako wytyczne dla wszystkich menedżerów, pracowników ogółem i każdej osobie, która współpracuje, świadczy usługi lub powiązana jest z Naturhouse i Grupą, zgodnie z poniższą definicją "Osób zobowiązanych", w celu kontroli i zapobiegania wszelkim formom, bez względu na charakter, czynów zabronionych lub oszustw.

W tym zakresie, publikacja Kodeksu Etyki ma na celu rozpowszechnianie wartości, zasad i celów, które przyświecają działalności firmy w zakresie praw człowieka i praw społecznych.

- Wszyscy pracownicy firmy i/lub osoby z nią powiązane, muszą obowiązkowo zaakceptować i stosować się do praktyk wyszczególnionych w Kodeksie.
- Wszyscy użytkownicy powinni mieć zapewnioną możliwość zastosowania zasady staranności w celu zapobiegania, wykrywania i eliminowania zachowań niezgodnych i w ten sposób przyczyniania się do procesu krytycznej refleksji i przekształcania wartości firmy z wykorzystaniem mechanizmów niezbędnych do wykazania niezgodności pomiędzy Kodeksem Etyki a prawem. Dla celów przekazywania wszelkich informacji dotyczących niniejszego Kodeksu stworzono możliwość korzystania z platformy do składania skarg (zob. dział 12), dzięki której Komitet ds. Etyki będzie miał możliwość przetwarzania i podejmowania wszelkich działań niezbędnych dla celów zareagowania na złożone skargi.

Niniejsze Standardy obowiązują od dnia ich zatwierdzenia przez Zarząd, tj. od momentu ich przekazania osobom zobowiązanym, dla celów ich wdrożenia i zapewnienia przestrzegania.

2. ZAKRES STOSOWANIA

Kodeks Etyki Grupy jest adresowany do „osób zobowiązanych”, a termin ten obejmuje pracowników, którzy zobowiązani są zapoznać się z nim i zaakceptować jego treść oraz go przestrzega od momentu przystąpienia do Spółki; dostawców, podwykonawców, klientów, franczyzobiorców i osoby trzecie, które na skutek powiązań prawnych podlegają zasadom niniejszego Kodeksu, po jego zatwierdzeniu przez Zarząd (zobowiązania i wymagania dla każdego ze wskazanych podmiotów określone są dziale 3).

Niniejszy akt ma również zastosowanie do wszystkich spółek zależnych, które tworzą Grupę Korporacyjną (cały zasięg definiujemy w dziale 4 niniejszego Kodeksu) i które zostały założone w różnych krajach, w których działa spółka, bez uszczerbku dla wszelkich przepisów obowiązujących w danym kraju.

Jeżeli w praktyce wystąpi sprzeczność lub rozbieżność pomiędzy tymi zasadami a przepisami o zasięgu terytorialnym, uprzednio w stosunku do jakichkolwiek działań, należy powiadomić o nich Komisję ds. Audytu, która wszczyna procedurę arbitrażową, zawsze przy zastosowaniu kryterium zasady o bardziej rygorystycznym zasięgu.

3. ZDEFINIOWANIE OSÓB OBJĘTYCH OBOWIĄZKIEM

I. PRACOWNICY/MENADŻEROWIE

Wszyscy pracownicy, bez względu na poziom hierarchii, na którym się znajdują oraz obszar działalności, do którego należą, zobowiązani są do zapewnienia zgodności z przepisami ustawowymi i wykonawczymi w miejscu, w którym prowadzą działalność przy uwzględnieniu wszystkich zakazów zawartych wyraźnie w niniejszym akcie. Jednocześnie Naturhouse popiera politykę wspierania różnorodności wewnętrznej i dobrobytu wszystkich poziomów korporacyjnych, poprzez następujące praktyki:

- osiągnięcie równowagi i zgodności ze sferą osobistą i rodzinną pracownika, ustalając odpowiednie formuły zarządzania zasobami ludzkimi;

- właściwe plany szkoleń dostosowane do potrzeb pracowników oraz stałe zobowiązanie pracownika, mające na celu aktualizację wiedzy i rozwój do osiągnięcia osobistej satysfakcji;

- prawidłowa polityka zapobiegania ryzyku zawodowemu oraz zapewnienie środków niezbędnych do jej realizacji;

- odpowiednie informowanie o najlepszych praktykach, wartościach, misji i znaczeniu ich zaangażowania w proces osiągania celów przez Spółkę.

II. PRZEDSTAWICIELE SPÓŁKI

Osoby występujące w charakterze przedstawicieli Spółki lub Grupy w spółkach lub podmiotach do niej nienależących, zapewniają przestrzeganie standardów niniejszego Kodeksu i promowanie stosowania jego zasad w tych spółkach i podmiotach, w których reprezentują Spółkę.

III. DOSTAWCY

Naturhouse, S.A. ustanowiła kryteria wyboru, które gwarantują obiektywną i przejrzystą ocenę wyboru dostawców. Główne cechy i aspekty, które są brane pod uwagę w celu zapewnienia osiągnięcia optymalnych standardów świadczenia usługi i/lub

produktu, są następujące:

- jakość zakupionego towaru lub otrzymanej usługi;
- płynność finansowa dostawcy;
- najkorzystniejsze warunki ekonomiczne;
- wcześniejsze doświadczenia lub relacje z firmą.

Powyższe kryteria będą oceniane porównawczo, poprzez weryfikację takiej liczby ofert, jaka jest niezbędna dla celów zapewnienia wyboru najlepszej oferty. Ostateczny wybór musi zostać uzasadniony w taki sposób, jaki zapewnia obiektywną i przejrzystą ocenę.

Ponadto niniejszy Kodeks jest wiążący dla wszystkich przedsiębiorstw, które świadczą jakiegokolwiek usługi, jako gwarancja dostosowania do wartości spółki i zobowiązanie, które zapewnia przejrzyste, prawdziwe i oparte na uczciwości i dobrych praktykach relacje. W żadnym wypadku kwestie osobiste stron nie będą traktowane jako nadrzędne, na przykład:

- zabronione jest otrzymywanie nielegalnych prowizji, łapówek

lub nagród/prezentów, które można interpretować jako coś, co wykracza poza praktyki handlowe lub drobną uprzejmość. W związku z tym konieczne jest wzięcie pod uwagę, przy obiektywnej ocenie dostawcy, także ewentualnych aspektów negatywnych.

- otrzymywanie pewnego rodzaju korzyści o charakterze osobistym, subiektywnym, lub rodzinnym przez osoby, które związane są z procesem wyboru.

IV. KLIENCI

Zadowolenie klienta opiera się na osiągnięciu jego celów dotyczących zdrowia, wagi i reedukacji żywieniowej. To właśnie z tego powodu Spółka promuje wyraźne zaangażowanie w każdą relację z klientami, co ma na celu zapewnienie dobrego samopoczucia, świadczenie wysokiej jakości usług oraz pomagania klientom w zaspokajaniu ich potrzeb, zgodnie z tym co określone w "Metodzie Naturhouse" lub "Dekalogu Dobrych Praktyk w zakresie Doradztwa". Spółka gwarantuje, że dane i informacje będące w posiadaniu Grupy, uzyskane w ramach

relacji utrzymywanej z klientami, są należycie chronione zgodnie z przepisami dotyczącymi ochrony danych osobowych, tak by zapewnić pełny szacunek i zgodność z prawem.

V. INNE GRUPY INTERESÓW

W stosunku do osób, do których oprócz niniejszego Kodeksu (z powodu istnienia innych norm, kodeksów, programów lub polityk o określonym charakterze lub wynikających, między innymi, z innych możliwych czynników, np. ustawodawstwa wewnętrznego krajów, w których prowadzona jest działalność), będą mieć zastosowanie inne zasady, ustanawia się zasady odpowiedniej koordynacji w celu zapewnienia zgodności tych zasad, polityki lub systemu z niniejszym Kodeksem. W przypadku wątpliwości co do tego, która norma ma być przestrzegana, należy skonsultować się z Komisją ds. Audytu, przy jednoczesnym zastosowaniu kryterium surowszej normy.



4. GRUPA NATURHOUSE

jak wskazano, niniejsze zasady mają zastosowanie do wszystkich firm, które tworzą Grupę Naturhouse bez wyjątku, ponieważ wszystkie one są zobowiązane do bezsprzecznego działania w zgodności z zasadami tego Kodeksu. Dla celów określonych w niniejszych Standardach przez Grupę Naturhouse, oprócz Naturhouse Health, S.A., rozumie się wszystkie te przedsiębiorstwa, które zgodnie z treścią artykułu 42 Kodeksu Handlowego, są pod kontrolą tej spółki. ;

Na dzień obowiązywania niniejszych Standardów, za spółki należące do Grupy uznaje się następujące spółki:

- Naturhouse Health S.A. (Hiszpania)
- Housediet S.A.R.L. (Francja)
- S.A.S. Naturhouse (Francja)
- Naturhouse Franchising Co, Ltd (Wielka Brytania)
- Naturhouse Inc. (USA)
- Naturhouse S.R.L. (Włochy)
- Naturhouse Sp. z o.o (Polska)
- Kiluva Portuguesa - Nutrição e Dietética, Ltd (Portugalia)
- Naturhouse Belgium S.P.R.L. (Belgia)
- Naturhouse, GmbH (Niemcy)
- Naturhouse d.o.o. (Chorwacja)
- Zamodiet Mexico S.A.de C.V. (Meksyk)
- Nutrition Naturhouse Inc. (Kanada)

5. WARTOŚCI I ZASADY

Wartości Naturhouse oparte są w jak najściślejszym znaczeniu na odpowiedzialności i etyce. Te dwa integralne aspekty filozofii Spółki są określone i zmaterializowane w następujących oświadczeniach:

- I.** Promocja kultury prewencyjnej „Zero Tolerancji”.
- II.** Szczerość.
- III.** Przywództwo.
- IV.** Dynamizm.
- V.** Wzorowość.
- VI.** Opieka nad ludźmi, którzy z nami pracują.
- VII.** Integracja i efektywność.

Wartości te znajdują odzwierciedlenie w działaniu [przy poszanowaniu ludzi](#), tj. poszanowaniu praw człowieka i praw pracowniczych, ustanawiając właściwą kontrolę w celu zapobiegania, wykrywania i zwalczania naruszeń praw pracowników, w tym molestowania w miejscu pracy i każdej formy dyskryminacji lub nielegalnego zatrudnienia.

[Główne zasady postępowania](#), które leżą u podstaw działalności Naturhouse, zostają potwierdzone i ratyfikowane, przy czym nie tworzą one wyczerpującego zbioru, a część z nich zostaje przepisana poniżej, tworząc część niniejszych Standardów.

Misją Naturhouse [jest reedukacja w zakresie nawyków żywieniowych klienta](#), wspieranie, by osiągnął docelową masę ciała, dbał o zdrowie oraz pokazanie jak zdrowo utrzyma wagę w oparciu o zasady prawidłowego żywienia.

- Model biznesowy opiera się na wdrożeniu własnej, wyróżniającej formy działania: „[Metody Naturhouse](#)”, która jest stosowana wyłącznie w Centrach Naturhouse, niezależnie od tego, czy są one własnością sieci, czy działają na zasadzie franczyzy. Metoda Naturhouse jest wynikiem syntezy produktu i porady, które stanowią istotę modelu biznesowego firmy.

- Podstawą działania i Metody Naturhouse jest określenie, że Naturhouse działa w dziedzinie suplementów diety oraz produktów żywnościowych i edukacji żywieniowej, przy czym w żadnym przypadku nie ma powiązania z wyrobami medycznymi ani ogólnie rozumianą działalnością medyczną, w ten sposób, [że w żadnym momencie nie występuje doradztwo ani zalecanie działań leczniczych lub jakiegokolwiek innego rodzaju](#), które nie są związane z edukacją w zakresie osiągnięcia i utrzymania wagi.

- W związku z powyższym uważa się za szczególnie istotne przestrzeganie „Dekalogu Naturhouse Dobrych Praktyk Doradztwa Żywieniowego” zawartego w wewnętrznych przepisach w punkcie 6.2 poniżej.

- Wszystkie osoby [zobowiązane są do odpowiedniego zaangażowania](#) w świadczenie pracy, aby przyczynić się do rozwoju Spółki i środowiska w miejscach, w których obecna jest Spółka lub Grupa.

- Wszystkie działania i decyzje muszą być zgodne z systemem prawnym i być wynikiem [refleksyjnego procesu](#), w którym wycenia się potencjalne ryzyko braku zgodności któregokolwiek z poprzednich oświadczeń z zobowiązaniami związanymi z wartościami Grupy i Spółki.

6. INNE WEWNĘTRZNE KODEKSY POSTĘPOWANIA

6.1 ZASADY DOTYCZĄCE ŁADU KORPORACYJNEGO

Organy Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy i Zarząd Naturhouse, odpowiednio, z okazji wejścia na giełdę w kwietniu 2015 r., zatwierdziły następujące [przepisy wewnętrzne i kodeksy postępowania wewnętrzne](#), które obejmują kwestie obowiązujące dla giełdy papierów wartościowych i rekomendacje dotyczące dobrego ładu korporacyjnego:

- Regulamin Walnego Zgromadzenia,
- Regulamin Zarządu,
- Regulamin w sprawie postępowania w zakresie rynku papierów wartościowych.



6.2 INNE PROTOKOŁY I POLITYKI WEWNĘTRZNE

- „Budowanie trwałych relacji” - folder składający się z wytycznych doradczych określających zasady postępowania podczas wizyt w zależności od etapu kuracji, na którym znajduje się klient, częstotliwość wizyt i technik rozmów z klientami oraz właściwego zastosowania „Metody Naturhouse”.

- Księga Know-how, na podstawie której ustalane i przekazywane są informacje dotyczące fundamentów korporacyjnych wizerunku Spółki, poprzez szczegółowe wytyczne dotyczące elementów, mebli, materiałów, kolorów i innych aspektów, które powinny być wykorzystywane do właściwej prezentacji.

- Zasady Naturhouse. Lista elementów obowiązkowego zastosowania mających na celu osiągnięcie optymalnego wyniku, który musi towarzyszyć wszystkim udzielanym poradom: wsparcie motywacyjne, przyjmowanie pięciu posiłków dziennie, sport, promowanie diety śródziemnomorskiej i inne.

- Dekalog Dobrych Praktyk Doradztwa Żywnościowego. To dziesięć niezbywalnych zasad, które składają się na pokazanie zaangażowania Spółki w każdą relację z klientami końcowymi, w celu zapewnienia ich dobrego samopoczucia i w jakość świadczonych usług.

W ramach tych aktów znajduje się dokument zwany „Pouzczeniem Prawnym”, zawierający ostrzeżenia dotyczące ochrony danych, plików cookie, własności intelektualnej, treści i linków oraz przepisów i jurysdykcji. Te istniejące przepisy i Kodeksy uważa się za stanowiące integralną część Kodeksu Postępowania Spółki i są w związku tym również wiążące.

Jeżeli jakakolwiek osoba, w odniesieniu do konkretnej okoliczności lub zachowania, stwierdza, iż istnieje możliwość wystąpienia sprzeczności lub rozbieżności między tymi zasadami, a powołanymi powyżej normami, przed podjęciem jakiegokolwiek działania, poinformuje o nich Komitet ds. Etyki przedsiębiorstwa nie z kryterium zastosowania najsurowszej zasady.



7. PODSTAWOWE ZASADY ZACHOWANIA

I. PRACOWNICY/MENADŻEROWIE

Istotnym obowiązkiem Osób Zobowiązanych jest znajomość i wypełnienie przez nie obowiązku działania zgodnie z obowiązującymi przepisami, mającymi zastosowanie do Spółki i Grupy, o różnych poziomach wymagań w zakresie wiedzy, w zależności od poziomu odpowiedzialności w organizacji.

Obowiązek ten obejmuje znajomość niniejszego Kodeksu, jak również obowiązkowo stosowanie przepisów i regulaminów wewnętrznych, o których mowa w dziale 5 powyżej, ponieważ są one uważane za integralną część niniejszego dokumentu.

Obowiązkiem Zarządu i wyższej kadry kierowniczej Spółki jest zapewnienie, by Osoby Zobowiązane otrzymały minimum niezbędnych informacji, w zakresie mających zastosowanie przepisów prawa i zasad wewnętrznych.



7.1 . OGÓLNE OBOWIĄZKI OSÓB ZOBOWIĄZANYCH

Dla zilustrowania podano listę praktyk i działań, które w ramach ogólnej legalności są w każdym przypadku zabronione w działalności tych osób na rzecz Spółki lub Grupy:

- zakaz oszukańczych praktyk lub zwodniczych obietnic,
- zakaz korzystania z ewentualnych szczególnych możliwości,
- zakaz uzyskiwania lub przekazywania korzyści majątkowych, korupcji i nielegalnych prowizji,
- zakaz wykorzystywania informacji wewnętrznych do uzyskiwania korzyści prywatnych,
- zakaz wnoszenia wpłat na rzecz partii lub organizacji politycznych,
- kontrola darowizn na rzecz organizacji charytatywnych, sponsoringu i współpracy,

- zakaz wprowadzania do legalnego obrotu pieniędzy lub innych wartości majątkowych pochodzących z nielegalnych źródeł bądź służących do finansowania nielegalnej działalności,
- zakaz przyjmowania prezentów lub zaproszeń w ramach prowadzonej działalności,
- jednocześnie zakaz oferowania prezentów lub zaproszeń stronom trzecim,
- gwarancja niezależności pracowników,
- ochrona reputacji Spółki, bycie świadomym naszej odpowiedzialności jako ambasadorów marki i jej wartości.
- odpowiednie i ostrożne obchodzenie się z informacjami wewnętrznymi, udostępnianymi w celu realizacji naszej pracy, zwłaszcza gdy ma ona charakter wrażliwy, strategiczny lub poufny.

7.2 PODSTAWOWE ZASADY ZWIĄZANE Z POLITYKĄ REKRUTACYJNĄ

Polityka Spółki obejmuje podstawowe zasady ochrony interesów wszystkich podmiotów zaangażowanych w rozwój działalności, wdrażanie procedur i odpowiednie stosowanie środków, w celu zapewnienia identyfikacji i rozwiązywania ewentualnych konfliktów interesów.

Podstawowe zasady zawierania umów są następujące:

- przejrzystość i brak dyskryminacji, oferując wszystkim kontrahentom takie same prawa, w oparciu o uczciwe i otwarte ramy zawodowe;
- zachęcanie do rygorystycznego przestrzegania warunków umów, obowiązujących przepisów prawa oraz rozporządzeń i procedur mających zastosowanie, niezależenie od obowiązku wdrożenia niniejszego Kodeksu i przepisów, które składają się na niego;

- promowanie polityki długoterminowych, stabilnych relacji, opierających się na wymogu maksymalnej jakości i przejrzystości;
- uzyskanie od kontrahentów niezbędnego potwierdzenia jakości, w tym poprzez obowiązkowe stosowanie się do treści niniejszego dokumentu jako gwarancji dobrej praktyki w zakresie relacje zawodowych.

7.3 PODSTAWOWE ZASADY RELACJI Z KLIENTEM

W odniesieniu do klientów Spółka zobowiązuje się do monitorowania praktyk, które są zawarte w istniejących normach i kodeksach, w celu zapewnienia lojalności, uczciwości i zaangażowania w relację wiążącą klienta i Spółkę oraz Grupę.

W szczególności podkreśla się następujące zobowiązania wobec naszych klientów:

- [poufność i maksymalna ochrona danych](#), które klienci przekazują Spółce;
- bliskie, [spersonalizowane](#), pełne szacunku i niedyskryminujące traktowanie;
- [przejrzystość](#) i przekazywanie odpowiednich informacji na potrzeby zawierania umów;
- odpowiednia obsługa [posprzedażowa](#);

- komunikacja i handel naszymi produktami i usługami w sposób uczciwy i etyczny, [unikając oszukańczych działań reklamowych](#).

Podkreśla się, że Centra, niezależnie od tego, czy są to centra własne czy franczyzowe, zobowiązane są do przestrzegania kodeksów i właściwych protokołów, w szczególności tych, o których mowa w dziale 6.2. niniejszego dokumentu.

7.4. POLITYKA ANTYKORUPCYJNA

Menedżerowie i pracownicy, jak również wszelkie osoby z zewnątrz świadczące usługi na rzecz Grupy, w relacjach z organami administracji publicznej, krajowej, państw trzecich i organizacji międzynarodowych, jak również w stosunku do innych osób fizycznych, muszą zachowywać się w taki sposób, aby nie zachęcać urzędników publicznych, organów lub osób prywatnych do naruszenia swoich obowiązków bezstronności lub jakichkolwiek przepisów prawa. Niniejszy Kodeks zobowiązuje do bezwzględnego odrzucenia na wszystkich szczeblach organizacyjnych, wszelkich działań korupcyjnych i do ścisłego przestrzegania prawa. W związku ze wskazanym zobowiązaniem określa się następujące obowiązki:

- Bezwzględny zakaz oferowania urzędnikom publicznym, organom władzy lub osobom prywatnym, bezpośrednio lub pośrednio, wszelkiego rodzaju datków, wynagrodzenia jakiegokolwiek

innego rodzaju lub korzyści, co miałoby na celu zachęcenie ich do naruszenia swoich obowiązków poprzez wspieranie interesów Spółki lub Grupy. Zakaz ten rozciąga się również na przypadek, w którym rozpatrywany jest uprzedni wniosek urzędnika publicznego, organu lub osoby prywatnej.

- Zakaz wszelkich zachowań mających na celu wywarcie niezgodnego z prawem wpływu na zachowanie urzędnika publicznego lub organu, który ma podjąć lub nie podjąć decyzję, która mogłaby wpływać korzystnie na którąkolwiek ze spółek z grupy.
- Zakaz bezpodstawnego otrzymywania, ubiegania się lub przyjmowania świadczeń jakiegokolwiek rodzaju, w celu zachęcenia osoby do udzielenia korzyści poprzez zaniechanie przestrzegania ich obowiązków.

Podsumowując, Spółka nie zgadza się na dawanie jakichkolwiek prezentów, zaproszeń lub zwracanie większej uwagi na organy władzy, urzędników publicznych lub osób fizycznych. Zasady określone w niniejszym dokumencie będą bezwzględnie stosowane.

W celu wzmocnienia polityki antykorupcyjnej ustanawia się mechanizm wnoszenia skarg tak, aby dowody niezastosowania się do zasad obowiązujących w Spółce były weryfikowane i badane na zasadach określonych w punkcie 12 i 13 niniejszego Kodeksu.

7.5. ZOBOWIĄZANIA W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA FINANSOWEGO I DOKUMENTACJI KSIĘGOWEJ

W związku z ustawą 19/2013 z dnia 9 grudnia o przejrzystości, dostępie do informacji publicznej, dobrym zarządzaniu (dot. Hiszpanii) i pozostałych przepisach mających zastosowanie do zarządzania i rachunkowości spółki, Naturhouse Health

zobowiązuje się nie tylko do ich wykonania, ale również do podjęcia wysiłków, w tym celu aby wiernie odzwierciedlić sytuację finansową, ekonomiczną i majątkową, zgodnie z ogólnie akceptowanymi zasadami rachunkowości.

W szczególności Spółka podejmuje zdecydowane zobowiązanie w następującym zakresie:

- Zapewnienie uczciwości i rzetelności przekazywanych informacji, zarówno względem pracowników i kierownictwa, jak i dla przedsiębiorstw powiązanych, audytorów (wewnętrznych i zewnętrznych), organów regulujących, inwestorów lub mediów, w stosownych przypadkach.
- Zapewnienie wystarczających procedur kontrolnych w odniesieniu do informacji finansowych w taki sposób, aby zabezpieczyć wszystkie transakcje, niezależnie od ich charakteru.

- Zapewnienie odpowiedniego systemu nadzoru nad kontrolą informacji finansowych, w tym raportów okresowych dotyczących ich prezentacji, wdrażania i skuteczności operacyjnej.
- Zapobieganie i całkowite odrzucenie operacji, których celem jest obrót pieniędzmi wątpliwego, nieznanego lub nielegalnego pochodzenia.
- Ustanowienie odpowiedniego podziału obowiązków w przedsiębiorstwie, które zapobiega występowaniu oszustw i innych praktyk, pozostających w sprzeczności z niniejszym Kodeksem.
- Zagwarantowanie niezależności audytorów, zarówno wewnętrznych jak i zewnętrznych tak, aby wykonywali swoją pracę w sposób obiektywny i bez możliwości powstania konfliktu interesów.

- Wszystkie transakcje, które nie należą do operacji bieżących i mają charakter nadzwyczajny, podlegają szczegółowej kontroli rewizyjnej, mającej na celu określenie przyczyny lub źródła, czynników, które wystąpiły przy ich zatwierdzeniu i wdrażaniu oraz stwierdzenie czy istnieje odpowiednia i wystarczająca ich dokumentacja.



8. INFORMACJA POUFNE. OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ I PRZEMYSŁOWEJ

Obowiązkiem Osób Zobowiązanych jest zapewnienie ścisłej poufności i niejawności informacji dotyczących Spółki i jej Grupy, oraz nieujawnianie ich osobom trzecim lub pracownikom w zakresie, w jakim nie są one niezbędne do wykonywania ich obowiązków.

Są oni również zobowiązani do:

I. Informowania o przypadkach ujawniania informacji poufnych, przekazanych do wiedzy pracowników.

II. niekorzystania i zwracania informacji i materiałów po zakończeniu relacji ze Spółką lub Grupą. Materiały na nośnikach – w formie pisemnej, informatycznej lub innego rodzaju – w odniesieniu do Informacji Uprzywilejowanych lub Istotnych uznawany

jest za ściśle poufny. Należy przekazać stosowne wytyczne podkreślające fakt, iż informacje są Uprzywilejowane lub Istotne, zgodnie z przepisami Regulaminu Wewnętrznego Spółki w zakresie postępowania na rynkach papierów wartościowych.

- Informacje Istotne: Zgodnie z art. 82.1 LMV (Hiszp.), za istotne informacje uważa się wszelkie takie informacje, których znajomość może mieć racjonalny wpływ na decyzję inwestora w zakresie nabywania lub zbywania papierów wartościowych lub instrumentów finansowych, i w związku z tym może mieć znaczący wpływ na jej notowania na rynku wtórnym.

- Informacje Uprzywilejowane: Zgodnie z artykułem 81.1 LMV(Hiszp.), Informacje uprzywilejowane oznaczają wszystkie informacje o szczególnym charakterze, które odnoszą się bezpośrednio lub pośrednio, do jednego lub więcej papierów wartościowych i instrumentów finansowych sporządzanych przez Spółkę, które nie zostały podane do wiadomości publicznej, a które, jeśli zostaną podane do wiadomości publicznej,

mogą mieć wpływ lub miały znaczący wpływ na notowanie takich zbywalnych papierów wartościowych i instrumentów finansowych na zorganizowanym rynku lub w zorganizowanym systemie zawierania umów lub pochodnych instrumentów finansowych powiązanych z nimi.

Zgodnie z art. 1.1 RD 1333/2005 (Hiszp.) uznaje się, że informacje mają szczególny charakter, jeżeli wskazują na zespół okoliczności, które wystąpiły lub których wystąpienia można racjonalnie oczekiwać, lub zdarzenie, które wystąpiło lub którego wystąpienia można racjonalnie oczekiwać że wystąpi, gdy informacje są wystarczająco szczegółowe, aby umożliwić stwierdzenie wpływu takiej serii okoliczności lub zdarzeń na cenę zbywalnych papierów wartościowych lub właściwych instrumentów finansowych lub w odpowiednim przypadku, pochodnych instrumentów finansowych powiązanych z nimi.

Ponadto, zgodnie z wyżej wymienionym art. 1.1 (Hiszp.), uważa się, że informacje mogą mieć wpływ na notowania, jeżeli są to

informacje, które rozsądny inwestor mógłby wykorzystać jako podstawę decyzji inwestycyjnych.

W tym celu, przez „Informacje poufne” rozumie się informacje techniczne i handlowe, które dotyczą:

- produktów i metod działania Spółki,
- kodeksów, przepisów i ogólnych standardów Grupy oraz, między innymi, zasad określonych w niniejszych standardach i w tym Kodeksie,
- wszystkie informacje dotyczące umów,
- informacje księgowe i ekonomiczne o Spółce i Grupie Kapitałowej,
- wewnętrzne sprawozdania oraz raporty z ocen ekonomicznych, technicznych lub procesów w firmie,
- dane osobowe pracowników lub osób trzecich, powiązanych ze spółką.

Szczególne procedury postępowania z informacjami poufnymi, rozmówcami i osobami powiązаныmi w tych procesach oraz ryzykiem braku poufności są również zawarte w Kodeksie Wewnętrznym Spółki postępowania na rynkach papierów wartościowych.

Podstawowym obowiązkiem jest ochrona własności intelektualnej i przemysłowej Grupy, w tym know-how lub wiedzy niepodlegającej rejestracji, z obowiązkiem zgłaszania i podejmowania środków mających na celu złagodzenie szkód w przypadku wystąpienia jakiegokolwiek zdarzenia powodującego naruszenie tych aktywów.



9. KLAUZULE KONTRAKTOWE

W stosownych przypadkach, gdy będzie to możliwe, zgłaszane będą klauzule umowne dotyczące przestrzegania zasad etycznych (ze szczególnym uwzględnieniem umowy franczyzy, Master franczyzy i zwykłych umów) we wszystkich umowach zawieranych z osobami trzecimi:



- Znajomość i akceptacja mającego zastosowanie Regulaminu Wewnętrznego (patrz działy 5 i 6 niniejszego dokumentu), oraz samego Kodeksu Etyki jako przepisów ramowych. Wyraźny obowiązek ich przestrzegania przez strony zaangażowane w stosunek umowny.
- Równość i brak dyskryminacji w umowach o szeroko rozumianą współpracę. Pracownicy odpowiedzialni za zawieranie umów sporządzą obiektywny system oceny technicznej i ekonomicznej ofert.
- Nacisk na społeczną odpowiedzialność biznesu, zachęcanie do aktywnego i dobrowolnego wkładu w poprawę sytuacji społecznej, gospodarczej i środowiskowej.
- Zapobieganie zagrożeniom. Umowy podpisane ze stronami trzecimi muszą zawierać zabezpieczenia stanowiące skuteczną kontrolę, regulującą proces wykonania umów, minimalizującą przyszłe negatywne skutki dla działalności.

10. ORGAN ODPOWIEDZIALNY ZA ZGODNOŚĆ

Funkcja kontrolowania, wdrażania, rozwoju i zgodności Programu lub Systemu Zapobiegania Przeszłości w firmie należy do obowiązków wyznaczonego w tym celu wewnętrznego organu kontroli, to jest Wewnętrznego Komitetu ds. Etyki. Bez uszczerbku dla powyższego powołuje się Komitet Audytu, który działał będzie za pośrednictwem Audytora Wewnętrznego jako organ posiadający autonomiczne uprawnienia do inicjowania i kontroli oraz odpowiedzialny za nadzór nad funkcjonowaniem wspomnianego systemu i niniejszego standardu.

Jednocześnie do zadań Wewnętrznego Komitetu ds. Etyki należy informowanie o nieprawidłowościach w funkcjonowaniu Modelu Zapobiegania, oraz przedkładanie propozycji działań Komisji Audytu, która posiada uprawnienie do nakładania sankcji oraz ustanowienia środków zapobiegawczych, jeśli będą konieczne. Ostateczne zatwierdzenie tych działań należy do Zarządu.

Komitet Wewnętrzny ds. Etyki, gdy uzna to za stosowne, może wszcząć postępowanie powołując organ zewnętrzny, który przeprowadzi dochodzenie i podejmie niezwłocznie odpowiednie działania, oraz w odpowiednim przypadku, podejmie środki zaradcze jakie będą konieczne. Procedura zostanie przeprowadzona z zachowaniem najwyższej poufności, w każdym przypadku strona dotknięta musi zostać wysłuchana.

11. OBOWIĄZKOWA ZGODNOŚĆ

Niniejsze Standardy wchodzi w życie od daty ich zatwierdzenia przez Zarząd i muszą być przestrzegane przez Osoby Zobowiązane, od momentu, gdy zostaną z nimi zaznajomione.

W tym celu zostaną przekazane za pośrednictwem wewnętrznych kanałów Spółki, za pośrednictwem korporacyjnej strony internetowej oraz poprzez wysyłanie e-mailem do wszystkich kierowników działów i dyrektorów generalnych spółek zależnych. Dodatkowo zostaną ustanowione odpowiednie mechanizmy w celu potwierdzenia treści Kodeksu przez Osoby Zobowiązane, poprzez wyraźną akceptację w formie podpisu załącznika do wiążących je stosunków umownych z Firmą.

Komisja Audytu opracuje niniejsze Standardy, zachowując uprawnienie do ich modyfikacji, wyjaśnienia lub poprawek. Jednocześnie Komisja, poprzez przyznanie uprawnień audytorowi

wewnętrznemu i/lub Komitetowi ds. Etyki zagwarantuje, że treść Kodeksu będzie aktualizowana zgodnie z istotnymi zmianami, w ten sposób, że nie straci on swej skuteczności w miarę upływu czasu, jako nadrzędna zasada obowiązująca w firmie.



12. KANAŁ ZAPYTAŃ/SKARG

W celu przestrzegania postanowień niniejszego Kodeksu, powołuje się Kanał Skarg i/lub Zapytań, który umożliwi Osobom Zobowiązanym informowanie w sposób poufny i całkowicie bezpieczny, o zdarzeniach lub aktach stanowiących naruszenie niniejszego Kodeksu lub innych nieprawidłowościach, które mogą wiązać się z wysokim ryzykiem dla spółki lub zadawać pytania w celu rozwiązania pojawiających się problemów. Raport ten trafi bezpośrednio do Specjalisty ds. Zarządzania Kanałem ds. Etyki, którym będzie niezależny od spółki prawnik zewnętrzny.

Specjalista ds. Zarządzania musi poinformować Audytora wewnętrznego i Komitet ds. Etyki o wszystkich sprawach wymagających natychmiastowego działania, z zastosowaniem zasady poufności, który zapewni maksymalną ochronę tożsamości osoby składającej skargę.

Niniejszym gwarantuje się poufny sposób przetwarzania otrzymanych informacji oraz zapewnienie poufności tożsamości osoby składającej skargę; Naturhouse Health zobowiązuje się nie stosować jakichkolwiek działań odwetowych za zgłoszenie nieprawidłowości i udział w procesie dochodzenia, jeśli jest to wymagane.

Uruchomienie Kanału Informowania o Nieprawidłowościach ma na celu umożliwienie informowania o nieprawidłowościach dotyczących wszystkich kwestii zawartych w niniejszym Kodeksie, bez względu na ich charakter.

Skargi należy składać na piśmie, wraz z identyfikacją skarżącego i załączeniem dowodu wystąpienia czynu zabronionego, wypełniając formularz udostępniony użytkownikom pod następującym linkiem: <http://canal-etico.net/naturhouse/>

Zasady użytkowania, reguły dotyczące kanału skarg i inne informacje istotne dla zrozumienia systemu, są dostępne dla użytkowników na wskazanej platformie internetowej, która stanowi wsparcie dla systemu reklamacyjnego.

Do zadań Komitetu ds. Etyki i Przewodniczącego Komisji należy odbieranie i rozpatrywanie zgłoszeń złożonych powyższą drogą przez użytkowników, dla celów ustanowienia niezbędnych procedur kontrolnych i poinformowania Komisji Audytu o czynnościach, jakie należy podjąć w związku ze zgłoszeniem. Komisja Audytu podejmuje decyzję o wszczęciu postępowania karnego, która to decyzja w odpowiednim przypadku zostanie następnie zatwierdzona przez Zarząd.

Skargi będą analizowane, badane i przekazywane Komisji ds. Audytu i Audytorowi Wewnętrznemu, któremu zostały przyznane wystarczające i odpowiednie uprawnienia dla celów monitorowania postępowania prowadzonego zgodnie z zasadami

określonymi w Regulaminie użytkowania. Jednocześnie strony zaangażowane w postępowanie skargowe muszą być należycie informowane o wszystkim, co dotyczy zdarzenia i należy zapewnić maksymalną poufność użytkowników, którzy korzystają z systemu zgłaszania.

13. SYSTEM DYSCYPLINARNY

Niestosowanie się do niniejszego Kodeksu, z uwagi na jego obowiązkowy charakter, oraz do innych ogólnych protokołów oraz opierających się na nich zatwierdzonych i wdrożonych kontroli, podlega sankcjom dyscyplinarnym mającym za zadanie odstraszenie od potencjalnych nadużyć, proporcjonalne do popełnionego naruszenia, nieetycznego lub karalnego zachowania, sprzecznego z którymkolwiek z wyszczególnionych punktów.

Naruszenie postanowień może wiązać się (w zależności od przypadku i wniosków podjętych podczas dochodzenia przez Komisję Audytu) z otwarciem postępowania dyscyplinarnego w stosunku do Osoby Zobowiązanej i podjęciem działań prawnych zgodnie z obowiązującym Kodeksem Pracy.

14. KSZTAŁCENIE

Komisja ds. Audytu, przy wsparciu Komitetu ds. Etyki i przy wsparciu reprezentanta Audytu Wewnętrznego, podejmie właściwe działania przy wykorzystaniu niezbędnych środków i/lub zasobów, mających na celu zagwarantowanie odpowiedniego szkolenia i poinformowania Osób Zobowiązanych, których dotyczy niniejszy Kodeks. Ma to na celu umożliwienie i ułatwienie postępowania zgodnie z niniejszymi Standardami, poznanie zasad funkcjonowania Modelu Zapobiegania obowiązującego w firmie i zapewnienie współpracy wymaganej dla celu pełnego ich wykonania.

15. REWIZJA/AKTUALIZACJA

Standardy te, jak również wszystkie dokumenty zawarte w Kodeksie Naturhouse, muszą podlegać okresowej weryfikacji poprzez aktualizację procedur. Ich ewentualna modyfikacja będzie miała na celu odpowiednie dostosowanie się do realiów funkcjonowania firmy, w szczególności, gdy stwierdzone zostaną istotne naruszenia jego przepisów lub gdy nastąpiły zmiany w organizacji, w strukturze kontroli lub w działalności, które czynią je koniecznymi. Aktualizacja odbywać się będzie w okresach rocznych, bez uszczerbku dla ustalonych treści oraz dla celów odpowiedzi na konkretne zapotrzebowania zgłoszone przez Komisję ds. Audytu oraz kierownika działu Audytu Wewnętrznego.



