



## **HERBALIFE ITALIA S.P.A.**

### **CODICE DI CONDOTTA**

*Approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione*

*in data 19 agosto 2021*

## CODICE DI CONDOTTA HERBALIFE

**Herbalife Italia S.p.A.** (di seguito denominata, per brevità, “Herbalife” o la “Società” o il “Professionista”), il cui capitale sociale è detenuto da Herbalife International Inc. e Herbalife International of America Inc., è parte del gruppo Herbalife Nutrition, operante sullo scenario mondiale nel settore di prodotti per il controllo del peso, integratori alimentari e sportivi, nonché prodotti cosmetici.

Gli stabilimenti Herbalife Nutrition si avvalgono delle ultime tecnologie e sono tra i più avanzati al mondo; tutti i laboratori sono certificati ISO 17025 e nella regione EMEA la linea di prodotti per sportivi H24 è sottoposta al prestigioso programma di analisi e verifica contro le sostanze vietate “Informed Sport” dei laboratori LGC. Tutti gli integratori alimentari Herbalife Nutrition sono commercializzati nel rispetto della normativa in materia e in particolare sono stati notificati al Ministero della Salute, che li ha poi aggiunti alla lista pubblicata sul proprio sito.

Insieme all’Istituto di Medicina e Scienze dello Sport del CONI, Herbalife ha sviluppato quattro specifici protocolli alimentari legati alla pratica sportiva, pensati ognuno per raccontare al meglio la nutrizione applicata allo sport secondo una classificazione fisiologica-biomeccanica che divide le discipline in: 1) Sport ad impegno aerobico anaerobico alternato; 2) Sport di resistenza; 3) Sport di potenza; 4) Sport di destrezza.

Herbalife è membro di Union Food Italia, nata dall’unione di due delle più rappresentative associazioni di categoria dell’alimentare italiano, AIDEPI e AIIPA, ed inoltre aderisce al CODICE DEONTOLOGICO AIIPA – Settore “Nutrizione e Salute” - Gruppo “Integratori Italia”.

L’Azienda è associata ad Avedisco (Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori), che rappresenta in Italia le più importanti realtà industriali e commerciali, italiane e internazionali, che utilizzano la vendita diretta a domicilio per la distribuzione dei loro prodotti e servizi. In quanto associata Avedisco, Herbalife Italia aderisce al CODICE DI COMPORTAMENTO DELLA VENDITA DIRETTA ed ha assunto l’impegno a rispettare elevati standard qualitativi e di servizio, a tutela sia del consumatore, che della propria forza vendita.

Nel perseguimento degli scopi sociali, Herbalife ha deciso di dotarsi di un Codice di Condotta, al quale siano ispirate le modalità organizzative e comportamentali alla cui osservanza è impegnata direttamente la Società, i propri dipendenti e gli Incaricati alla Vendita, nel perseguimento di buone pratiche commerciali nei confronti dei consumatori.

Il Movimento Difesa del Cittadino è un'Associazione nazionale di consumatori ed utenti fondata nel 1987 per tutelare i diritti civili dei cittadini da ogni forma di abuso da parte della burocrazia e delle aziende nei rapporti di consumo.

Dalla sua istituzione nel 1998 è presente nel Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) presso il Ministero dello Sviluppo Economico dove è iscritta nel registro delle associazioni rappresentative a livello nazionale impegnandosi in tutte le sedi istituzionali per rivendicare il sostegno e la rappresentanza dei consumatori.

È anche un'Associazione di Promozione Sociale iscritta nel registro del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e svolge attività contro le discriminazioni con il riconoscimento dell'Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali (UNAR).

È iscritta al Registro per la trasparenza della Commissione Europea e al Registro dei Portatori di interesse presso il Ministero dello Sviluppo Economico. Riconosciuta dalla Direzione generale della salute e della tutela del consumatore (DG SANCO) della Commissione Europea, fa parte della Consulta delle associazioni dei Consumatori e dei Produttori sulla sicurezza alimentare presso il Ministero della Salute.

## PREMESSA

Il presente Codice di Condotta, redatto ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 bis del Codice del Consumo ed in linea con i principi della Direttiva 2005/29/CE (art. 10), impegna Herbalife al rispetto delle disposizioni in esso contenute.

L'adozione del Codice di Condotta mira a promuovere buone pratiche commerciali tra l'azienda ed i Consumatori e le associazioni rappresentative a livello nazionale, basate su principi di trasparenza e correttezza, definendo regole di comportamento certe e condivise attraverso il dialogo costante con le associazioni dei consumatori ed utenti italiani.

Il Codice di Condotta è diretto a salvaguardare, nell'interesse generale, il prestigio e la credibilità di Herbalife nei confronti dello Stato, delle istituzioni comunitarie, dei consumatori e del mondo scientifico e sanitario.

Il Codice di Condotta è portato a conoscenza degli Enti pubblici competenti, degli Ordini professionali e delle Organizzazioni di categoria imprenditoriali, sanitarie e dei consumatori tramite la pubblicazione anche in lingua inglese sul sito di Herbalife.

Herbalife si impegna affinché i propri dipendenti, i propri fornitori, Incaricati alla Vendita e tutti i propri partner commerciali (tutti quanti, unitamente ad Herbalife stessa, i "Destinatari") agiscano in conformità al presente Codice.

Ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 bis del Codice del Consumo le norme ivi contenute si pongono quale espresso obiettivo anche la "protezione dei minori" e la "salvaguardia della dignità umana".

## CAPO I

### PRINCIPI GENERALI

#### ARTICOLO 1 – PRINCIPI ETICI

La Società accetta e condivide i principi etici (i “Principi”) di seguito enunciati:

- osservanza delle leggi;
- prevenzione della corruzione;
- professionalità e affidabilità;
- lealtà e buona fede;
- valore della persona e delle risorse umane;
- trasparenza e correttezza;
- riservatezza;
- prevenzione del conflitto di interessi;
- salute e sicurezza sul lavoro;
- tutela dell’ambiente;
- prevenzione del riciclaggio;
- tutela della concorrenza;
- qualità dei prodotti;
- tutela della proprietà industriale e intellettuale.

I Destinatari conformano la loro condotta ai Principi.

In nessun caso la convinzione di agire nell’interesse o a vantaggio di Herbalife può giustificare comportamenti contrari ai Principi stessi.

#### ARTICOLO 2 – OSSERVANZA DELLE LEGGI

Nelle attività lavorative e professionali svolte per il Professionista, i comportamenti sono improntati al più rigoroso rispetto delle leggi nazionali, comunitarie e internazionali vigenti e applicabili alla Società o nella gestione del rapporto con la stessa.

## CAPO II

### LA CORRETTEZZA DELLE PRASSI COMMERCIALI

#### ARTICOLO 3 – PROFESSIONALITÀ, LEALTÀ E BUONA FEDE

Le attività del Professionista si svolgono secondo i principi di diligenza, professionalità e affidabilità tutelando il legittimo affidamento dei consumatori nell'adempimento degli obblighi contrattualmente assunti e delle prestazioni richieste nel rispetto delle norme vigenti e del presente Codice.

Il Professionista mira alla massima soddisfazione dei propri clienti e dei consumatori, garantendo la professionalità, la disponibilità e la tempestività di risposta alle loro esigenze, richieste ed eventuali reclami, assicurando la qualità e la sicurezza dei prodotti fornendo informazioni veritiere ed esaustive circa la composizione e l'origine degli stessi.

#### ARTICOLO 4 – TRASPARENZA E CORRETTEZZA

Le azioni, le operazioni, le negoziazioni e, più in generale, i comportamenti del Professionista e dei propri Incaricati alla Vendita si ispirano alla massima trasparenza e correttezza.

In particolare, ogni azione, operazione o transazione deve essere debitamente autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua, secondo i criteri indicati dalla legge e dai principi contabili applicabili.

Sulla base di tali comportamenti, il Professionista richiede anche ai propri Incaricati alla Vendita di rendere nella gestione delle attività sociali e nello svolgimento di rapporti contrattuali e d'affari, informazioni trasparenti, veritiere, complete e accurate, ai consumatori ed alle loro associazioni astenendosi dal diffondere notizie false o porre in essere operazioni simulate.

#### ARTICOLO 5 – QUALITÀ DEI PRODOTTI

Herbalife pone attenzione alla qualità dei prodotti commercializzati, nell'ottica di assicurare la Salute ed il benessere dei consumatori.

Herbalife si impegna a rispettare gli adempimenti previsti dalla normativa applicabile e a porre in essere tutte le misure stabilite anche dalle procedure aziendali e di gruppo in caso di segnalazioni di problematiche sanitarie correlate all'utilizzo di un prodotto commercializzato.

## ARTICOLO 6 – COMUNICAZIONE

Herbalife nella propria COMUNICAZIONE relativa ai propri prodotti nutrizionali sulla base ed in conformità al Codice Deontologico del gruppo Integratori Italia (Unione Italiana Food) si impegna:

- a. a far sì che essa sia sempre riconoscibile come tale;
- b. a non indurre i consumatori in errori nutrizionali;
- c. a non vantare proprietà non conformi alle particolari caratteristiche dei prodotti, ovvero proprietà che non siano realmente possedute dai prodotti stessi e in particolare proprietà terapeutiche o capacità di prevenzione e cura delle malattie umane;
- d. a non affermare e/o sottintendere che una dieta equilibrata e variata non sia generalmente in grado di apportare le sostanze nutritive in quantità sufficienti;
- e. nello specifico degli integratori alimentari, a indicare il nome delle categorie di sostanze nutritive o delle altre sostanze che caratterizzano il prodotto o la relativa natura, la dose raccomandata per l'assunzione giornaliera, con l'avvertenza di non eccederla;
- f. in presenza di sostanze nutritive (vitamine e minerali) o di altre sostanze ad effetto nutritivo (quali esemplificativamente aminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre ed estratti di origine vegetale, sia monocomposti che pluricomposti, in forme predosate), a fornire l'indicazione che gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta variata;
- g. a non quantificare il calo ponderale, ossia quantificare la perdita di peso, conseguente all'impiego di integratori propagandati in qualunque modo come coadiuvanti di regimi dietetici ipocalorici volti alla riduzione del peso, e a richiamare comunque in tali casi la necessità di seguire una dieta ipocalorica adeguata e rimuovere stili di vita troppo sedentari;
- h. a non indurre a far credere, nella pubblicità dei prodotti contenenti come ingredienti piante o altre sostanze comunque naturali, che solo per effetto di tale derivazione naturale non vi sia il rischio di incorrere in effetti collaterali indesiderati.
- i. a usare in modo appropriato terminologia, citazioni e menzioni di prove tecniche e scientifiche;
- j. a non presentare prove tecniche e scientifiche e dati statistici con limitata validità in modo che essi appaiano come illimitatamente validi;
- k. ad utilizzare testimonianze autentiche, responsabili e controllabili;
- l. ad evitare qualsiasi sfruttamento del nome, del marchio, della notorietà e dell'immagine aziendale altrui;
- m. ad inserire:
  - (i) in ogni comunicazione commerciale svolta attraverso celebrity, influencer, blogger, o altre figure simili di utilizzatori della rete, una delle seguenti diciture: *"Pubblicità/Advertising"*, o *"Promosso da [nome brand]/Promoted by [nome brand]"* o *"Sponsorizzato da [nome brand]/Sponsored by [nome brand]"*, o *"in collaborazione con [nome brand]/In partnership with [nome brand]"*;

- (ii) nei post sui social media postati dalle figure indicate al punto (i) che precede, in aggiunta ovvero in sostituzione alle diciture indicate al punto (i) che precede, uno dei seguenti hashtag, da inserirsi entro i primi tre hashtag del post, purché di immediata percezione: “#Pubblicità/#Advertising”, o “#Sponsorizzato da [nome brand]/#Sponsored by [nome brand]”, o “#ad” unitamente a “#nomebrand” in conformità al Regolamento Digital Chart dell’Istituto dell’Autodisciplina Pubblicitaria;
- n. ad evitare ogni denigrazione di attività, imprese o prodotti altrui, anche se non nominati;
  - o. ad utilizzare la comparazione quando sia utile ad illustrare, sotto l’aspetto tecnico od economico, caratteristiche e vantaggi dei beni e servizi oggetto della COMUNICAZIONE, ponendo a confronto obiettivamente caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili tecnicamente e rappresentative di beni concorrenti, che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;
  - p. a far sì che la comparazione sia leale e non ingannevole, non ingeneri rischi di confusione, non causi discredito o denigrazione e non tragga indebitamente vantaggio dalla notorietà altrui;
  - q. ad evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità e, salvo ragioni giustificate, della paura;
  - r. ad evitare affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti, ed evitare altresì di offendere le convinzioni morali, civili e religiose, rispettando la dignità della persona umana in tutte le sue forme ed espressioni.

## ARTICOLO 7 – TRATTAMENTO E GESTIONE DEI RECLAMI

Herbalife si impegna, in presenza di rilievi avanzati in forma scritta dal Consumatore, a gestirli come “reclamo”, la cui ricezione impegna la Società a fornire adeguato e puntuale riscontro al Consumatore - entro 30 giorni dal ricevimento - in ordine alla correttezza del proprio operato ed al rispetto del presente Codice di condotta.

Il Professionista deve curare ed aggiornare, in cartaceo o tramite strumenti informatici, un Registro dei “reclami” in cui siano conservati:

- a) la comunicazione ed i documenti prodotti dal Consumatore;
- b) il riscontro fornito al Consumatore in risposta al reclamo.

In presenza di richieste di informazioni e chiarimenti del Consumatore, Herbalife si impegna a fornire adeguato riscontro nel termine di cui al comma precedente.

## ARTICOLO 8 – RISERVATEZZA DEI DATI PERSONALI DEI CONSUMATORI E RISPETTO DELLA PRIVACY

In conformità al Regolamento Europeo 2016/679 (GDPR) e dal D.lgs. n. 196/03 integrato con le modifiche introdotto dal D.lgs. n. 101/18 (Codice della Privacy), Herbalife: a) garantisce la riservatezza delle informazioni e dei dati dei Consumatori in proprio possesso e b) si astiene dall'utilizzare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e, comunque, sempre nella più rigorosa osservanza della legislazione vigente in materia di tutela dei dati personali.

Nella comunicazione a terzi di informazioni riservate, consentita solo per ragioni d'ufficio o professionali, viene espressamente dichiarato il carattere riservato dell'informazione e richiesta l'osservanza dell'obbligo di riservatezza al terzo.

Herbalife ha cura di conservare i dati raccolti durante il rapporto al fine di adempiere agli obblighi di legge su di essa gravanti come ad esempio per fini contabili e fiscali, o per l'esecuzione dei contratti con i Clienti o per i legittimi interessi commerciali di Herbalife, come ad esempio per risolvere le richieste dei Distributori o, sulla base del consenso dei Clienti, ad esempio per l'utilizzo del loro indirizzo e-mail o numero di telefono in relazione al marketing dei prodotti e servizi Herbalife e dei prodotti e servizi correlati e l'utilizzo di alcuni cookie e tecnologie simili. Per maggiori informazioni, consultare <https://www.herbalife.it/privacy>.

## ARTICOLO 9 – FORMAZIONE ED AGGIORNAMENTO DI DIPENDENTI E INCARICATI ALLA VENDITA

Herbalife avrà cura di formare i propri Dipendenti e Incaricati alla Vendita, affinché i contatti con il Consumatore siano improntati a buona educazione e rispetto conformemente ai principi del presente Codice evitando di:

- a) utilizzare argomentazioni atte a generare indebita pressione;
- b) prospettare conseguenze irreali o inapplicabili al caso di specie.

La Società si impegna a:

- informare periodicamente i propri Dipendenti e Incaricati alla Vendita con le principali normative di settore, il Codice del Consumo, nonché il contenuto del presente Codice di Condotta e dei Provvedimenti emessi dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato;
- fornire ai propri Incaricati alla Vendita adeguate istruzioni, nello svolgimento dell'attività, allo scopo di evitare il concretizzarsi di pratiche commerciali scorrette.

## ARTICOLO 10 – VIOLAZIONI – ORGANISMO DI CONTROLLO

1. L'osservanza delle disposizioni del presente Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali degli Incaricati della Società. Herbalife, pertanto, sanzionerà le violazioni del

presente Codice di Condotta nel rispetto del Codice del Consumo e secondo le procedure previste in tal senso nelle Regole di Condotta applicabili agli Incaricati.

Il rispetto dei Principi del presente Codice di Condotta forma parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte da tutti coloro che intrattengono rapporti di affari con la Società. In conseguenza, la violazione delle disposizioni del presente Codice può costituire inadempimento contrattuale, con ogni conseguenza di legge con riguardo alla risoluzione del contratto e al conseguente risarcimento dei danni derivati.

2. Ai sensi dell'art 27-bis, comma 1, del Codice del Consumo, Herbalife istituisce l'organismo collegiale incaricato del controllo e dell'applicazione del presente Codice, che sarà composto da:

- Country Director
- Manager Member Services
- Manager Member Practice and Compliance
- Director, Regulatory Affairs and Product Compliance
- Rappresentante dell'Associazione Movimento Difesa del Cittadino

cui sarà possibile trasmettere eventuali segnalazioni all'indirizzo postale Herbalife Italia S.p.A. – Viale Città d'Europa n. 819, 00144 Roma e tramite la mail: [herbalife@pec.it](mailto:herbalife@pec.it).

L'organismo esaminerà tali segnalazioni, e le trasmetterà – ove lo ritenga opportuno – ai competenti uffici e funzioni all'interno della Società, anche eventualmente fornendo raccomandazioni sulle azioni da intraprendere.

## **ARTICOLO 11 – APPROVAZIONE E MODIFICA DEL CODICE DI CONDOTTA**

Il presente Codice di Condotta, redatto in collaborazione con il Movimento difesa del Cittadino, è approvato dal Consiglio di Amministrazione della Società e può essere modificato in ogni momento esclusivamente previa concorde decisione delle parti.

Roma, 25 novembre 2021