

 UTVERZHDENO/APPROVED:
Генеральный директор/CEO
(В. Сорокин/V. Sorokin)
«22» октября 2021г.

Коммуникационная Политика/Communications Policy

Версия/Version 1.2

РАЗРАБОТАНО/
AUTHOR:

М. Филиппова/ M. Filippova,
Директор по связям с
общественностью и
государственными органами
/Public and Government
Relations Director

<p>1. Общие положения</p>	<p>1. General provisions</p>
<p>1.1. Настоящая политика (далее – «Политика») призвана обеспечить четкое взаимодействие участников всех процессов в области коммуникаций компании «ЛЕНТА» (далее – Компания) с целью обеспечить последовательную коммуникацию со всеми целевыми аудиториями Компании, выстраивание, поддержание и защиту её репутации.</p>	<p>1.1. This Policy (hereinafter, the Policy) serves to ensure seamless interactions of participants of all communication processes of Lenta (hereinafter, the Company) to enable consistent communication with all target audiences of the Company, building, supporting and protecting of its reputation.</p>
<p>1.2. Компания стремится установить системное взаимодействие со всеми целевыми аудиториями для обеспечения прозрачности бизнеса, предоставления целевым аудиториям информации о лучших практиках, реализованных в Компании, результатах деятельности и т.д.</p>	<p>1.2. The Company aims to establish system interactions with all target audiences to ensure transparency of the business, presentation of best practices of the Company, its performance results, etc. to target audiences.</p>
<p>1.3. Требования настоящей Политики являются обязательными для исполнения всеми Сотрудниками Компании.</p>	<p>1.3. This Policy is binding for all Employees of the Company.</p>
<p>1.4. В отсутствие Директора по связям с общественностью и государственными органами его обязанности может исполнять другой Сотрудник Службы по связям с общественностью (по распоряжению Директора по связям с общественностью и государственными органами или по приказу Генерального директора).</p>	<p>1.4. When Public and Government Relations Director is unavailable, any other Employee of Public Relations may perform their duties (at the instruction of the Public and Government Relations Director or by the order of the CEO).</p>
<p>1.5. Руководитель Службы по связям с общественностью и государственными органами несут ответственность за внедрение настоящей Политики и мониторинг соблюдения её положений.</p>	<p>1.5. The Managers of the Public and Government Relations are responsible for implementing this Policy and monitoring compliance with its provisions.</p>
<p>2. Порядок взаимодействия с целевыми аудиториями Компании</p>	<p>2. Procedure of interactions with the Company’s target audiences</p>
<p>2.1. Порядок и принципы взаимодействия с целевыми аудиториями определяются Директором по связям с общественностью и государственными органами Компании, который отвечает за содержание информации, доступной</p>	<p>2.1. The Public and Government Relations Director defines procedures and principles of interactions with target audiences, and is responsible for the contents of the information available to</p>

целевым аудиториям.	target audiences.
<p>2.2. Любая форма взаимодействия с целевыми аудиториями, а также содержание коммуникации согласовываются с Директором по связям с общественностью и государственными органами, а также с членами Правления Компании при необходимости.</p>	<p>2.2. Any form of interactions with target audiences, and contents of any communication must be approved by the Public and Government Relations Director, and Management Team of the Company, if required.</p>
<p>2.3. Взаимодействие со средствами массовой информации</p>	<p>2.3. Interactions with mass media</p>
<p>2.3.1 Взаимодействие со средствами массовой информации (далее - «СМИ») осуществляется представителями Службы по связям с общественностью и государственными органами Компании.</p> <p>2.3.1.1 Прочие Службы и Сотрудники Компании не уполномочены на взаимодействие со СМИ без предварительного согласования с Директором по связям с общественностью и государственными органами.</p>	<p>2.3.1. It is representatives of the Public and Government Relations of the Company who interact with mass media (hereinafter, the media).</p> <p>2.3.1.1. Other departments and Employees of the Company are not authorized to interact with media without preliminary approval by the Public and Government Relations Director.</p>
<p>2.3.2 Взаимодействие со СМИ разделяется на два типа:</p> <p>2.3.2.1 Проактивное – инициированное Компанией;</p> <p>2.3.2.2 Реактивное – инициированное СМИ посредством направления запроса на получение информации.</p> <p>2.3.2.3 К проактивному типу взаимодействия относится публикация пресс-релизов и официальных заявлений Компании, организация публичных мероприятий по инициативе Компании.</p> <p>2.3.2.4 Необходимость проактивного взаимодействия со СМИ и формат такого взаимодействия определяется Директором по связям с общественностью и согласовывается с Генеральным директором, а также с другими членами Правления Компании при необходимости.</p> <p>2.3.2.5 Компания не размещает публикации, относящиеся к деятельности Компании, на коммерческой основе или на</p>	<p>2.3.2. Interactions with media are divided in two types:</p> <p>2.3.2.1. Proactive interaction – initiated by the Company;</p> <p>2.3.2.2. Reactive interaction – initiated by the media through information request.</p> <p>2.3.2.3. Proactive type of interaction includes publishing of press releases and official statements of the Company, arrangement of public events initiated by the Company.</p> <p>2.3.2.4. Necessity of proactive interactions with media and a format for such interactions is defined by the Public and Government Relations Director and is approved by the CEO, and other members of the Management Team, if necessary.</p> <p>2.3.2.5. The Company is not making publications related to the Company's operations on a commercial basis or as</p>

правах рекламы.	promoted content.
<p>2.3.3 Пресс-релизы</p> <p>2.3.3.1 Наиболее распространённым инструментом проактивной коммуникации со СМИ является публикация пресс-релизов.</p> <p>2.3.3.2 Пресс-релиз содержит информацию о новых проектах, результатах реализованных инициатив, операционных и (или) финансовых результатах Компании, изменениях в структуре Правления, корпоративном управлении Компании и прочих событиях, освещение которых предусмотрено обязательствами Компании перед инвесторами и аналитиками, а также событиями, которые Компания считает значимыми для целевых аудиторий и для укрепления репутации бизнеса.</p> <p>2.3.3.3 Пресс-релизы об операционных и (или) финансовых результатах Компании, об изменениях в составе Правления Компании, Совета директоров и прочие пресс-релизы, предусмотренные процедурами раскрытия информации, готовятся Директором по взаимодействию с инвесторами.</p> <p>2.3.3.4 Пресс-релизы о новых проектах, результатах реализованных инициатив и прочих информационных поводах, не являющихся обязательными в рамках официальных раскрытий, готовятся Службой по связям с общественностью. Пресс-релиз содержит описание информационного повода и комментариев официального представителя Компании.</p> <p>2.3.3.5 Пресс-релизы рассылаются в СМИ представителями Службы по связям с общественностью и государственными органами.</p> <p>2.3.3.6 Служба по связям с общественностью и государственными органами предоставляет дополнительные комментарии относительно информационных поводов в случае необходимости.</p> <p>2.3.3.7 Сотрудники Компании не</p>	<p>2.3.3. Press releases</p> <p>2.3.3.1. The most widely used tool of proactive interactions with media is a publication of press releases.</p> <p>2.3.3.2. A press release contains information about new projects, results of accomplished initiatives, operating and (or) financial results of the Company, changes in the Management Team, corporate governance of the Company and other events to be covered under the Company's obligations to investors and analysts, as well as events treated by the Company as important for target audiences and for strengthening of the business reputation.</p> <p>2.3.3.3. The Investor Relations Director prepares press releases on operating and (or) financial results of the Company, changes in the Managements Team of the Company, Board of Directors and other press releases provided under information disclosure procedures.</p> <p>2.3.3.4. The Public Relations prepare press releases on new projects, results of accomplished initiatives and other newsworthy events non-required for official disclosures. A press release contains description of the newsworthy event and comments of the Company's official representative.</p> <p>2.3.3.5. Representatives of the Public and Government Relations send press releases to media.</p> <p>2.3.3.6. The Public and Government Relations provide additional comments concerning newsworthy events, if necessary.</p> <p>2.3.3.7. The Company's Employees are not authorized to send press releases to media,</p>

<p>уполномочены на рассылку пресс-релизов в СМИ, а также на комментарии к информационным поводам. В случае получения запроса на получение информации от СМИ сотрудник обязан связаться со Службой по связям с общественностью и государственными органами для согласования комментария и его предоставления.</p>	<p>and to comment on any newsworthy events. If the Employee receives an information request from media, he or she must contact the Public and Government Relations to approve the comment and its provision.</p>
<p>2.3.4 Кризисные коммуникации</p> <p>2.3.4.1 Кризисные коммуникации необходимы в случае возникновения кризисных ситуаций для защиты репутации Компании среди целевых аудиторий.</p> <p>2.3.4.2 К кризисным ситуациям относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> • несчастные случаи на объектах компании, повлекшие ущерб здоровью (или смерть) сотрудников Компании, покупателей или персонала подрядных организаций, обслуживающих объекты Компании; • существенный ущерб имуществу Компании в результате стихийных бедствий или действий (бездействия) третьих лиц; • конфликтные ситуации в магазинах и других объектах Компании с участием сотрудников, Покупателей, представителей подрядных организаций, обслуживающих объекты Компании; • утечка персональных данных клиентов и (или) сотрудников Компании вследствие ненадлежащего хранения персональных данных или действия (бездействия) третьих лиц; • иные ситуации, вызвавшие негативную реакцию целевых аудиторий и требующие официальной реакции Компании. <p>2.3.4.3 В случае возникновения кризисной ситуации сотрудники Компании обязаны незамедлительно проинформировать Службу по связям с общественностью и государственными органами о возникшей ситуации и предоставить исчерпывающую информацию о произошедшем.</p>	<p>2.3.4. Crisis communications</p> <p>2.3.4.1. Crisis communications are required in case of crisis situations to protect the Company's reputation among target audiences.</p> <p>2.3.4.2. Crisis communications include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accidents at the company's facilities resulted into health damage (or death) of the Company's employees, customers or personnel of contracted companies servicing the Company's facilities; • a material damage to the Company's property as a result of natural disasters or actions (inaction) of third parties; • conflict situations in stores and other facilities of the Company with the participation of employees, Customers, representatives of contracted companies servicing the Company's facilities; • a leakage of personal data of clients and (or) employees of the Company as a result of improper storage of personal data or actions (inaction) of third parties; • other situations which caused a negative reaction of target audiences and require official reaction from the Company. <p>2.3.4.3. In case of a crisis situation, the Company's employees must immediately inform the Public and Government Relations about such a situation and provide exhaustive information about the case.</p>

<p>2.3.4.4 Директор по связям с общественностью и государственными органами обязан обеспечить информирование Правления Компании о кризисной ситуации и разработку плана кризисных коммуникаций.</p> <p>2.3.4.5 Директор по связям с общественностью готовит необходимые официальные заявления, комментарии и пресс-релизы и согласовывает их с Правлением Компании, а также с представителями Совета директоров в случае необходимости.</p>	<p>2.3.4.4. The Public and Government Relations Director must inform the Company's Management Team about the crisis event and ensure development of the plan for crisis communications.</p> <p>2.3.4.5. The Public and Government Relations Director prepares necessary official statements, comments and press releases and approves them with the Company's Management Team, and representatives of the Board of Directors, if necessary.</p>
<p>2.3.5 Публичные мероприятия</p>	<p>2.3.5. Public events</p>
<p>2.3.5.1 Публичные мероприятия, инициированные Компанией</p> <p>2.3.5.1.1 Компания может принять решение о проведении публичного мероприятия для широкого освещения информационного повода в СМИ или официального заявления. В публичных мероприятиях принимают участие официальные представители Компании и (или) лица, уполномоченные официальным представителем на участие в мероприятии.</p> <p>2.3.5.1.2 За организацию публичных мероприятий по инициативе Компании отвечает Служба по связям с общественностью и государственными органами.</p> <p>2.3.5.1.3 К организации относятся следующие этапы (перечень не является исчерпывающим):</p> <ul style="list-style-type: none"> • определение формата мероприятия; • определение повестки мероприятия и её согласование с официальными представителями-участниками мероприятия; • подготовка тезисов для официальных представителей Компании-участников публичного мероприятия; • подготовка информационных материалов; • приглашение представителей СМИ и прочих релевантных целевых 	<p>2.3.5.1. Public events initiated by the Company</p> <p>2.3.5.1.1. The Company may take a decision to arrange a public event for the comprehensive coverage of the newsworthy event in media or the official statement. Official representatives of the Company and (or) persons authorized by official representatives for participation take part in public events.</p> <p>2.3.5.1.2. The Public and Government Relations is responsible for the arrangement of public events initiated by the Company.</p> <p>2.3.5.1.3. Such arrangement comprises the following stages (the list is non-exhaustive):</p> <ul style="list-style-type: none"> • defining the event's format; • defining the event's agenda and its approval with the official representatives participating in the event; • preparing talking points for official representatives of the Company participating in the public event; • preparing information materials; • inviting media representatives and other relevant target audiences to the

<p>аудиторий на мероприятие;</p> <ul style="list-style-type: none"> • взаимодействие со СМИ для обеспечения освещения мероприятия и предоставления дополнительных комментариев при необходимости. <p>2.3.5.1.4 В случае если Сотрудник Компании считает необходимым проведение публичного мероприятия, он обязан согласовать все перечисленные выше этапы см. п.п.2.3.5.1.1-2.3.5.1.3 со Службой по связям с общественностью и государственными органами.</p>	<p>event;</p> <ul style="list-style-type: none"> • interactions with media to ensure event coverage and provide additional comments, if necessary. <p>2.3.5.1.4. If the Company's Employee considers arrangement of a public event is necessary, he or she must approve all above-mentioned stages – see p. 2.3.5.1.1-2.3.5.1.3 with the Public and Government Relations.</p>
<p>2.3.5.2 Публичные мероприятия с привлечением официальных представителей Компании</p> <p>2.3.5.2.1 Организаторы публичных мероприятий (представители целевых аудиторий Компании) могут приглашать к участию в них официальных представителей Компании.</p> <p>2.3.5.2.2 Официальные представители Компании совместно со Службой по связям с общественностью и государственными органами определяют необходимость участия в публичном мероприятии.</p> <p>2.3.5.2.3 В случае, если принимается решение об участии в публичном мероприятии, официальный представитель Компании или лицо, уполномоченное официальным представителем на участие, совместно со Службой по связям с общественностью и государственными органами готовят информационные материалы для выступления официального представителя Компании.</p> <p>2.3.5.2.4 Официальный представитель Компании и (или) лицо, уполномоченное им для участия в публичном мероприятии, не могут предоставлять информацию и (или) данные о деятельности Компании без согласования со Службой по связям с общественностью и государственными органами.</p> <p>2.3.5.2.5 В случае если Сотрудник получил приглашение к участию в публичном мероприятии, он обязан</p>	<p>2.3.5.2. Public events with involvement of the Company's official representatives</p> <p>2.3.5.2.1. Organizers of public events (representatives of target audiences of the Company) may invite official representatives of the Company to take part.</p> <p>2.3.5.2.2. Official representatives of the Company jointly with the Public and Government Relations define the necessity of taking part in a public event.</p> <p>2.3.5.2.3. If the decision is made on taking part in a public event, the Company's official representative or the person authorized by the official representative to take part jointly with the Public and Government Relations prepare information materials for the presentation of the Company's official representative.</p> <p>2.3.5.2.4. The Company's official representative and (or) the person authorized for participation in a public event must not provide the information and (or) the data on the Company's operations without approval by the Public and Government Relations.</p> <p>2.3.5.2.5. If the Employee receives an invitation to participate in a public event, he or she must contact the</p>

<p>связаться со Службой по связям с общественностью и государственными органами для согласования участия и содержания информационных материалов. Дополнительные комментарии после публичного мероприятия также должны быть согласованы со Службой по связям с общественностью и государственными органами.</p> <p>2.3.5.2.6 Компания не принимает участия в публичных мероприятиях на коммерческой основе.</p>	<p>Public and Government Relations to approve his or her participation and the contents of information materials. The Public and Government Relations must also approve any additional comments after the public event.</p> <p>2.3.5.2.6. The Company does not take part in public events on a commercial basis.</p>
<p>2.3.5.3 Комментарии в СМИ</p> <p>2.3.5.3.1 Компания стремится предоставлять комментарии на большинство запросов СМИ на получение информации.</p> <p>2.3.5.3.2 Предоставлять комментарии могут только Сотрудники Службы по связям с общественностью и государственными органами или Сотрудники Компании по согласованию со Службой по связям с общественностью и государственными органами.</p> <p>2.3.5.3.3 Если Сотрудник Компании получает запрос на получение информации от представителя СМИ, он обязан незамедлительно связаться со Службой по связям с общественностью и государственными органами для предоставления комментария в случае письменного запроса или согласования содержания комментария - в случае видеосъёмки.</p>	<p>2.3.5.3. Comments in media</p> <p>2.3.5.3.1. The Company attempts to provide comments to the majority of information requests from media.</p> <p>2.3.5.3.2. It is only Employees of the Public and Government Relations or the Company's Employees as approved by the Public and Government Relations who are authorized to provide comments.</p> <p>2.3.5.3.3. If the Company's Employee receives an information request from the media representative, he or she must immediately contact the Public and Government Relations to provide the comment in case of the written request or to approve the comment content – in case of video recording.</p>
<p>2.4. Взаимодействие с органами власти</p>	<p>2.4. Interactions with government authorities</p>
<p>2.4.1 Компания осуществляет постоянное взаимодействие с органами власти федерального и регионального уровня для обеспечения бесперебойной деятельности Компании, предоставления информации о деятельности Компании, повышения информированности органов власти о вкладе Компании в развитие</p>	<p>2.4.1. The Company constantly interacts with national or regional government authorities to ensure seamless operations of the Company, to provide information about the Company's business, to raise awareness of the government authorities on the Company's contribution to the development of the consumer market, to ensure predictable</p>

<p>потребительского рынка, обеспечения предсказуемой бизнес-среды для деятельности Компании, снижения рисков введения избыточного регулирования и регулирования, несущего финансовые и прочие риски для бизнеса Компании.</p>	<p>business environment for the Company's business, to reduce risks of excessive regulation and regulation related to financial and other risks for the Company's business.</p>
<p>2.4.2 Взаимодействие с органами власти осуществляется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Непосредственно официальными представителями Компании и (или) лицами, уполномоченными официальными представителями Компании, на взаимодействие с представителями органов власти; • Посредством направления письменных запросов в органы власти и обеспечения официальной переписки; • Посредством участия в публичных мероприятиях с участием представителей органов власти; • Посредством участия в совещаниях с представителями органов власти; • Через ассоциации, объединяющие участников рынка, членом которых является Компания. 	<p>2.4.2. Interactions with government authorities are made:</p> <ul style="list-style-type: none"> • directly by the Company's representatives and (or) persons authorized by official representatives of the Company for interactions with representatives of the government authorities; • by sending written requests to the government authorities and maintaining official correspondence; • by participating in public events with the involvement of representatives of the government authorities; • by participating in meetings with representatives of the government authorities; • through market player's associations the Company belongs to.
<p>2.4.3 Координация взаимодействия с органами власти осуществляется Директором по связям с общественностью и государственными органами в сотрудничестве с Директором по юридическим вопросам и связям с органами государственной власти.</p>	<p>2.4.3. The Public and Government Relations Director in cooperation with the Chief Legal and Government Relations Officer coordinate interactions with the government authorities.</p>
<p>2.4.4 Формат взаимодействия и содержание официальной коммуникации определяется Директором по связям с общественностью и государственными органами в сотрудничестве с Директором по юридическим вопросам и связям с органами государственной власти.</p>	<p>2.4.4. The Public and Government Relations Director in cooperation with the Chief Legal and Government Relations Officer define the format of interactions and contents of official communications.</p>
<p>2.4.5 При получении официального запроса на получение информации от органов власти сотрудник Компании обязан</p>	<p>2.4.5. If the Company's employee receives an official information request from the government authorities, he or she must send it</p>

<p>направить его в Службу по связям с общественностью и государственными органами для координации дальнейших действий и предоставления официального ответа.</p>	<p>to the Public and Government Relations to coordinate further actions and provide an official reply.</p>
<p>2.4.6 Сотрудник Компании, получивший приглашение к участию в публичном мероприятии или совещании с представителями органами власти, обязан согласовать участие и содержание коммуникации с Директором по связям с общественностью и государственными органами.</p>	<p>2.4.6. The Company's Employee who received an invitation for participation in the public event or meeting with the government authorities must approve his or her participation and communication content with the Public and Government Relations Director.</p>
<p>2.4.7 Директор по связям с общественностью и государственными органами обязан обеспечить [2] предоставление информации, соответствующей интересам Компании не являющейся коммерческой тайной или информацией, не подлежащей раскрытию в определённые периоды.</p>	<p>2.4.7. The Public and Government Relations Director must ensure [2] provision of the information which corresponds to the Company's interests, is not a trade secret or information not to be disclosed within certain periods.</p>
<p>2.5. Внутренние коммуникации</p>	<p>2.5. Internal communications</p>
<p>2.5.1 За формирование плана внутренних коммуникаций и его реализацию отвечает Заместитель директора по связям с общественностью и государственными органами в сотрудничестве с Дирекцией по управлению персоналом, Дирекцией по стратегии и трансформации и другими подразделениями Компании.</p>	<p>2.5.1. The Deputy Public and Government Relations Director in cooperation with HR, Strategy and Transformation and other departments of the Company are responsible for drafting of internal communications plan and its implementation.</p>
<p>2.5.2 Внутренние коммуникации осуществляются посредством:</p> <ul style="list-style-type: none"> • размещения информации об информационных поводах Компании на внутренних ресурсах: корпоративном портале, социальной сети Yammer, корпоративной газете; • рассылке информационных материалов по электронной почте; • организации мероприятий с участием 	<p>2.5.2. Internal communications are made through:</p> <ul style="list-style-type: none"> • publishing of information on newsworthy events of the Company on internal resources: corporate portal, Yammer social media, corporate newspaper; • mail out of information materials via e-mail; • arrangement of events with the involvement of key managers of the Company;

<p>ключевых руководителей Компании;</p> <ul style="list-style-type: none"> • оперативного реагирования на вопросы сотрудников в социальных сетях в официальных группах Компании; • других доступных инструментов для внутренней коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> • prompt response to the employees' questions in social media in the Company's official groups; • other available tools of internal communication.
<p>2.5.3 Внутренняя коммуникация о значимых информационных поводах, подлежащих публикации на внешних ресурсах, осуществляется одновременно с аналогичной внешней коммуникацией для обеспечения своевременного информирования сотрудников Компании.</p>	<p>2.5.3. Internal communications on significant newsworthy events to be published on external resources must be made at the same time with the similar external communications to ensure timely informing of the Company's employees.</p>
<p>2.5.4 Внутренние коммуникации осуществляются представителями Службы по связям с общественностью, а также представителями Правления Компании в случае необходимости.</p>	<p>2.5.4. Internal communications are made by representatives of the Public Relations, and representatives of the Company's Management Team, if necessary.</p>
<p>2.5.5 Сотрудники Компании не уполномочены на осуществление внутренних коммуникаций посредством рассылок по электронной почте или публикации на внутренних ресурсах Компании.</p>	<p>2.5.5. The Company's Employees are not authorized for internal communications through mailing out via e-mail or publications on the Company's internal resources.</p>
<p>2.5.6 В случае необходимости осуществления внутренних коммуникаций Сотрудник Компании обязан обратиться в Службу по связям с общественностью и государственными органами.</p>	<p>2.5.6. If the Employee needs to make an internal communication, he or she must contact the Public and Government Relations.</p>
<p>2.6. Горячая линия по обращениям в Этический комитет</p>	<p>2.6. Ethics Committee Hotline</p>
<p>2.6.1 Горячая линия по обращениям в этический комитет (далее – «Горячая линия») – это канал подачи обращений по (не) соблюдению норм Кодекса делового поведения [3].</p>	<p>2.6.1. The Ethics Committee hotline (hereinafter, the Hotline) is a channel for submitting communications on (non) compliance with the Code of Business Conduct [3].</p>
<p>2.6.2 По вопросам нарушения Кодекса делового поведения [3] может обратиться любой Сотрудник, Партнёр, Поставщик</p>	<p>2.6.2. Any Employee, Partner, Supplier of the Company or Customer may inform on violation of ethical business conduct Code of</p>

Компании или Покупатель.	Business Conduct [3].
<p>2.6.3 Обращения на горячую линию осуществляются одним из способов, перечисленных ниже:</p> <ul style="list-style-type: none"> • раздел «Этический комитет» на портале службы поддержки (Help Desk - hd.lenta.com) • электронная почта: head.ethics@lenta.com • специальная форма на сайте Компании (https://lenta.com/o-kompanii/eticheskivykomitet/) • телефон информационной поддержки 8-800-700-4-111. 	<p>2.6.3. One can contact the hotline by any of the given means:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ethics Committee section on the IT support portal (Help Desk – hd.lenta.com) • e-mail: head.ethics@lenta.com • special form on the Company’s site (https://lenta.com/o-kompanii/eticheskivykomitet/) • information support telephone 8-800-700-4-111.
<p>2.6.4 Этический комитет рассматривает каждое обращение, при необходимости проводит расследование и корректирующие мероприятия.</p>	<p>2.6.4. The Ethics Committee considers each communication and engages with the investigation and corrective actions, if necessary.</p>
<p>2.6.5 Если заявитель оставил адрес электронной почты или иные контакты, по которым можно связаться с заявителем, он в обязательном порядке получит ответ на обращение с возможностью дать обратную связь о работе Этического комитета.</p>	<p>2.6.5. If the submitter has left e-mail or other contacts enabling communication with the submitter, he or she will get a reply to the communication with a possibility to provide feedback on the work of the Ethics Committee.</p>
<p>2.6.6 За рассмотрение обращений, проведение расследований и корректирующих мероприятий, а также за предоставление информации по обращению заявителю отвечает Глава комитета по этике.</p>	<p>2.6.6. The Head of Ethics Committee is responsible for consideration of submitted communications, investigations and corrective events, as well as provision of the relevant information to the submitter.</p>
<p>2.6.7 Горячая линия является важным инструментом обеспечения соответствия деятельности компании российскому законодательству и принципам этического ведения бизнеса. Эффективность работы Горячей линии во многом зависит от уровня осведомлённости Сотрудников Компании о работе этого инструмента.</p>	<p>2.6.7. Hotline is an important tool ensuring the company’s compliance with the Russian laws and principles of ethical business. The Hotline efficiency is largely dependent on the awareness of the Company’s Employees of its use.</p>
<p>2.6.8 За разработку плана внутренних коммуникаций для освещения работы</p>	<p>2.6.8. The Public and Government Relations is responsible for the development of</p>

<p>Горячей линии отвечает Служба по связям с общественностью и государственными органами. План коммуникаций подлежит согласованию с Главой этического комитета. За реализацию плана отвечает Служба по связям с общественностью и государственными органами.</p>	<p>external communications plan to cover the Hotline work. The Head of the Ethics Committee must approve this communication plan. The Public and Government Relations is responsible for implementation of this plan.</p>
<p>2.6.9 Комплекс мероприятий по продвижению Горячей линии внутри Компании включает, но не ограничивается, следующие форматы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • визуальные материалы (плакаты, постеры и прочее), размещаемые на информационных досках в офисах Компании, в рабочих помещениях торговых комплексов, распределительных центров; • печатная продукция (буклеты) для распространения среди действующих и вновь пришедших в Компанию Сотрудников; • публикации тематических статей в корпоративном издании Компании и во внутренней корпоративной социальной сети, на портале Компании; • выпуск обращений Главы Комитета по этике к Сотрудникам Компании; • обучающие курсы и тренинги для Сотрудников. 	<p>2.6.9. A set of activities on promotion of the Hotline inside the Company includes, but is not limited to, the following formats:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visual materials (placards, posters, etc.) placed on information boards in the Company's offices, in personnel rooms of stores, distribution centers; • printed materials (booklets) to be distributed among newly hired or current Employees of the Company; • publication of the relevant stories in the Company's corporate periodical, internal corporate social media, on the Company's portal; • addresses delivered by the Head of the Ethics Committee to the Company's Employees; • training courses and sessions for Employees.
<p>3. Актуализация настоящей Политики</p>	<p>3. Updating of this Policy</p>
<p>3.1. Разработчик несет ответственность за актуальность настоящей Политики. 3.2. Для обеспечения актуальности информации в настоящей Политике, Разработчик ежегодно до 1 февраля производит пересмотр Политики или подтверждает актуальность содержания.</p>	<p>3.1. The Author is responsible for the relevance of this Policy. 3.2. To ensure the relevance of the information in this Policy, the Author annually reviews the Policy or confirms the relevance of the content until February 1.</p>
<p>4. Информация о документе</p>	<p>4. Document information</p>
<p>4.1. Термины и сокращения В документе используются термины и сокращения, описанные в [1], а также: Внешние коммуникации – взаимодействие</p>	<p>4.1. Terms and abbreviations The document contains terms and abbreviations defined in [1], as well as: External communications – interactions with</p>

с внешними целевыми аудиториями с целью информирования заинтересованных сторон о деятельности компании и предоставления информации по запросам заинтересованных сторон

Внутренние коммуникации – взаимодействие с Сотрудниками Компании с целью повышения привлекательности работодателя, повышения уровня вовлеченности персонала, информирования сотрудников Компании о наиболее важных событиях, результатах деятельности Компании через каналы внутренних коммуникаций.

Запрос на получение информации – вопрос или перечень вопросов, адресованный Компании представителем(ями) целевых аудиторий, направленный посредством электронной почты и (или) прочих каналов связи.

Информационный повод – новость или любое событие, произошедшее в Компании или спровоцированное действиями Компании и её представителей, имеющее ценность для целевых аудиторий

Комментарий – ответ на запрос на получение информации от целевых аудиторий Компании или цитата официального представителя Компании в пресс-релизе или официальном заявлении.

Кризисная ситуация – событие, являющееся результатом деятельности компании и (или) действий (бездействия) её представителей, повлекшее широкое негативное освещение в средствах массовой информации, социальных сетях и влекущее ущерб репутации Компании.

Официальное заявление – сообщение, содержащее официальную позицию Компании относительно того или иного события, произошедшего в Компании и повлекшее широкое освещение в средствах массовой информации.

external target audiences aiming to inform interested parties on the company’s business and to provide information upon requests of interested parties.

Internal communications – interactions with the Company’s Employees aiming to improve the employer’s attractiveness, increase personnel involvement, inform the Company’s employees on the most important events, results of the Company’s performance through internal communication channels.

Information request – a question or a list of questions addressed to the Company by the representative(s) of target audiences and sent via e-mail and (or) other communication channels.

Newsworthy event – news or any event occurred in the Company or provoked by the actions of the Company or its representatives and significant for target audiences.

Comment – a reply to the information request from the Company’s target audiences or a quotation of the Company’s official representative in the press release or the official statement.

Crisis situation – an event being the result of the company’s activities and (or) actions (inaction) of its representatives which triggered a wide negative coverage in media, social media and resulting into the injury to the Company’s reputation.

Official statement – a message containing the Company’s official position in respect of a certain event which occurred in the Company and triggered a wide media coverage.

Официальный представитель Компании (спикер) – лицо, уполномоченное предоставлять информацию целевым аудиториям от имени Компании. Официальными представителями являются члены Правления Компании, а также лица, уполномоченные членами Правления на предоставление комментариев по тому или иному поводу или на участие в публичных мероприятиях.

Пресс-релиз – официальное сообщение, выпускаемое компанией, содержащее информацию о состоянии бизнеса, реализуемых проектах, изменениях в структуре компании и прочих информационных поводах, которые компания считает значимыми.

Публичное мероприятие – мероприятие, инициированное представителями целевых аудиторий Компании или самой Компанией, к участию в котором приглашаются официальные представители Компании. К публичным мероприятиям относятся пресс-конференции, конференции, форумы, круглые столы, брифинги, панельные дискуссии, открытия новых объектов и тд.

Целевые аудитории – группы лиц, заинтересованных в получении актуальной информации о деятельности Компании, состоянии бизнеса и прочей информации. К целевым аудиториям Компании относятся средства массовой информации (журналисты), представители бизнес-сообщества, органы власти, акционеры, аналитики, поставщики товаров и услуг, общественные организации, покупатели, потенциальные Сотрудники и проч.

Official representative of the Company (speaker) – a person authorized to provide information to target audiences on behalf of the Company. Members of the Company’s Management Team and persons authorized by the members of the Management Team to comment on a certain issue or to participate in public events are official representatives.

Press release – an official message issued by the Company containing the information about business situations, implemented projects, changes in the company’s structure, and other newsworthy information treated by the Company as important.

Public event – an event initiated by representatives of the Company’s target audiences or by the Company itself with the Company’s official representatives invited. Public events include press conferences, conferences, forums, round tables, briefings, panels, openings of new facilities, etc.

Target audiences – groups of persons interested in receiving of up-to-date information about the Company’s operations, its business and other information. The Company’s target audiences include mass media (journalists), representatives of the business community, government authorities, stakeholders, analysts, suppliers of goods and services, non-government organizations, customers, potential Employees, etc.

4.2. Связанные документы / Associated documentation

В тексте используются ссылки на следующие документы: / The Policy is connected with the following documents:

№	Номер документа / Document No.	Название / Title
[1]	б\н	Каталог Данных Alteryx Connect

Политика/Policy 39	Версия/Version 1.2
Коммуникационная Политика/Communications policy	

[2]	Процедура/Procedure П5-05	Обеспечение соблюдения режима коммерческой тайны Компании Лента/Non-disclosure policy in Lenta Company
[3]	Политика 044/ Policy 044	Кодекс делового поведения/Code of Business Conduct

4.3. История изменений / Version history

Дата / Date	Версия / Version	Описание версии / Description	Автор / Author
22/03/2021	1.0	Начальная версия. Для обсуждения и согласования. / Initial version. For discussion and approval.	М. Филиппова/ M. Filippova
05/04/2021	1.1	Документ приведен к формату КСМ. / The document was formatted as per the CSM standard.	О. Смелова/ O. Smelova
20/10/2021	1.2	По комментариям от Независимых Директоров: добавлен п. 1.5 про ответственность за внедрение настоящей Политики и мониторинг, добавлен раздел «Актуализация настоящей Политики»/ Changes were made based on comments from Independent Directors: p.1.5 on responsibility for the implementation of this Policy and monitoring has been supplemented, the section "Updating of this Policy" has been added.	С. Прокофьев/ S. Prokofiev