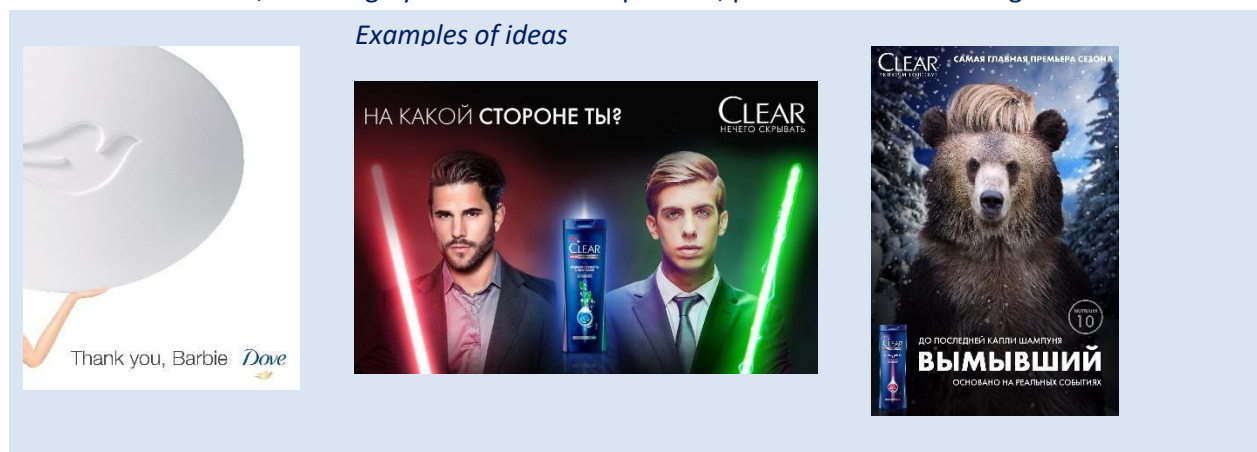


English version. Please see Russian version in page 3.

SOCIAL NETWORKS CONTENT GUIDELINE

Unilever like other FMCG companies is active in digital promotion of brands and products. We use best efforts to attract consumers, including by use of attractive pictures, parodies and interesting content.



All social networks, including Facebook, Instagram, Twitter, Periscope etc. encourage users to manage content and avoid any illegal or other improper content that may breach third party rights.

WHICH CONTENT IS IMPROPER AND WILL BE REMOVED UPON REQUEST OF RIGHTHOLDER?

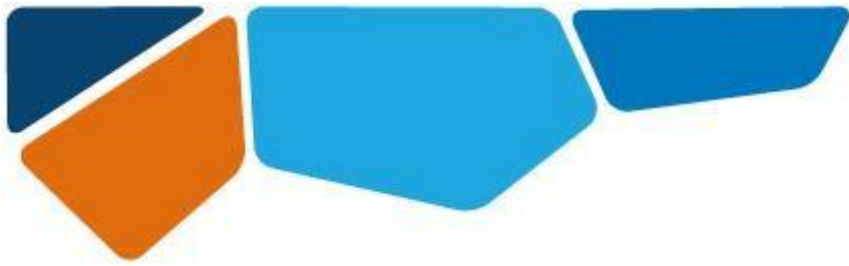
- Content which infringes intellectual property rights (e.g. trade marks, copyright etc.);
- Content which infringes any other legal rights (e.g. personal data, right to image); ➤
Abusive or inappropriate content (e.g. nudity, hate speech, threats); ➤
Defamatory content (e.g. false and untrue information).

10 GOLDEN RULES FOR THE USE OF DIGITAL CONTENT* ¹

1. Respect the rights, interests and sensibilities of others. If it feels wrong, don't do it;
2. Use your own assets wherever possible and make sure you have the necessary rights;
3. Get permission before using content owned by someone else. Try to get – it can be simple; 4. If you decide to use content without clearing the rights, you shall assess risks and consequences carefully with the Legal department.
5. Ask yourself: if you were the owner would you object to the proposed use of content?
6. Track content all the way to its original source. You never know what you might find;
7. Always provide a proper credit, attributing the content to its author/owner;

¹ * (c) Pinterest advice is used for this guideline





8. Avoid implying or suggesting any sort of endorsement of your product or brand;
9. Be prepared to deal with complaints quickly, fairly and openly. Be ready to remove quickly;
10. If you use third party's content, consider using a friendly disclaimer, e.g. "We love sharing great content but we also respect people's rights. If you're unhappy with any content, let us know and we'll take it down."

HOW RISK WILL BE ASSESSED?

HIGH RISK CONTENT	MEDIUM RISK CONTENT	LOW RISK CONTENT
Images of Celebrities Competitor advertising State officers images Images from paid photobanks (with no permission)	Third parties logos and names Professional photos posting Physical persons images	Current Unilever advertising Free photobank contents Amateur photos

MAIN LEGAL RECOMMENDATIONS FOR DIGITAL CONTENT

- ✓ Do not use celebrities' images for your posts if you did not get permission;
- ✓ Do not use third party names, brands without permission (e.g. X-files);
- ✓ Do not use branding or product photos for uncleared content (e.g. "Clear" logo);
- ✓ Do not post uncleared content from brand account, use repost from third parties;
- ✓ Do not copy third party's images for parodies - draft your own image (e.g. superman image) and avoid using of similar elements to reduce confusing similarity.
- ✓ Do not use socially sensitive topics for parodies or posts (e.g. political, social news)

!!! Please remember that according to the current legislation and Code of Business Principles Unilever will never breach intellectual or other third party rights.

WHAT CAN HAPPEN IF WE DO NOT FOLLOW THE RULES

- Social network or Unilever have to remove content upon request immediately
- If rightholder is not satisfied with the removal he may file claim to court for compensation □
 Liability for IP breach may be up to 15% of income or 5 mln. RUR depending on breach.

MAIN LEGAL RECOMMENDATIONS FOR DIGITAL ADVERTISING

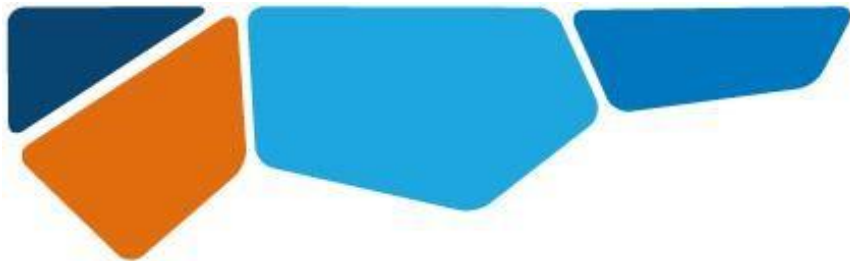
- Use hashtags "#AD" or "#SPON" for advertising or sponsorship communications; ➤ Use "#GOTITFREE" for communications based on free samples distribution; ➤ Use indication "X is a paid ambassador for Y brand" for videoblogging.

Learn More in [Legal HUB for Marketing](#)

Contact Legal team for any questions: Legal BP Galina.Savostyanova@unilever.com and Junior Legal BP Elena.Shurtakova@unilever.com

Ask legal system for requests: [Ask Legal](#).

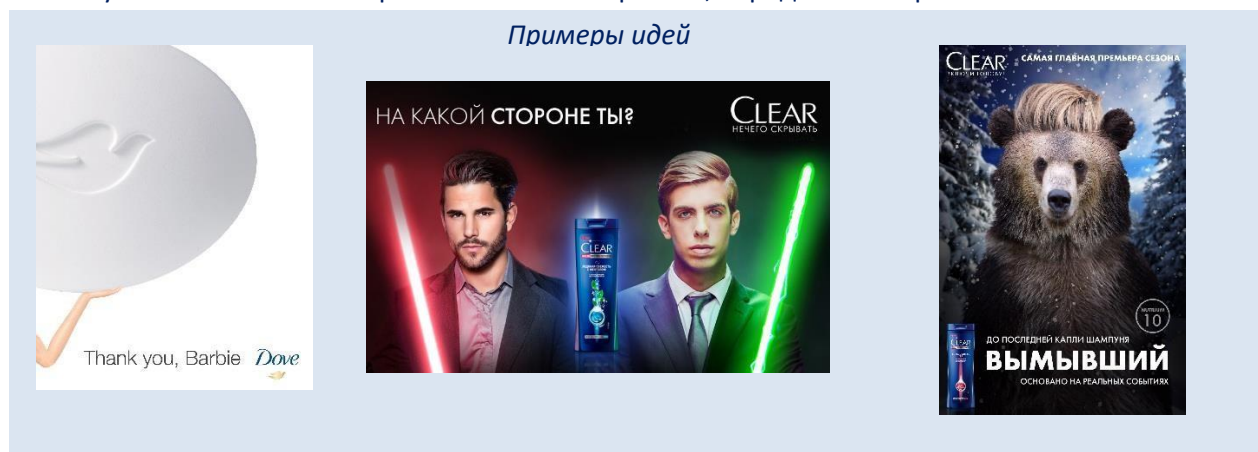




[Russian version.](#)

РУКОВОДСТВО ПО ВЕДЕНИЮ СТРАНИЦ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Компания Unilever, как и другие компании, продающие товары повседневного спроса, активно рекламирует свои бренды и продукцию. Мы прилагаем все усилия для привлечения потребителей, в том числе путем использования привлекательных картинок, пародий и интересного контента.



Все социальные сети, в том числе Facebook, Instagram, Twitter, Periscope и т.д. поддерживают управление контентом пользователей и рекомендуют избегать любого незаконного или иного ненадлежащего контента, который может нарушать права третьих лиц.

КАКОЙ КОНТЕНТ ЯВЛЯЕТСЯ НЕПРАВОМЕРНЫМ И БУДЕТ УДАЛЕН ПО ТРЕБОВАНИЮ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ?

- Контент, нарушающий права интеллектуальной собственности (например, торговые марки, авторские права и т.д.).
- Контент, нарушающий какие-либо другие законные права (например, персональные данные, право на изображения).
- Оскорбительный или недопустимый контент (откровенные изображения, агрессивные высказывания, угрозы).
- Клевета (например, ложная и не соответствующая действительности информация).

10 ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА* 2

1. Уважайте права, интересы и чувства других людей. Если Вы чувствуете, что это неправильно, не делайте этого.
2. По возможности, используйте свои собственные активы и убедитесь, что у вас есть необходимые права.
3. Получите разрешение перед использованием контента, принадлежащего кому-то еще. Попробуйте получить его — это может быть просто.





¹* В данном руководстве используются рекомендации социальной сети Pinterest

4. Если Вы решите использовать контент без «очистки» прав, тщательно оцените риски и последствия совместно с юридическим отделом.
5. Спросите себя: если бы Вы были владельцем, Вы бы возражали против предлагаемого использования контента?
6. Проследите весь путь контента до первоначального источника. Никогда не известно, что можно обнаружить.
7. Всегда обеспечивайте надлежащее указание обладателя авторских прав, ссылаясь на автора/владельца контента.
8. Избегайте не подтвержденные одобрительные высказывания в отношении вашего продукта или бренда.
9. Будьте готовы быстро, честно и открыто реагировать на жалобы. Будьте готовы быстро удалить контент.
10. При использовании стороннего контента, рассмотрите вопрос об использовании взаимного отказа от ответственности, например: «Нам нравится делиться превосходным контентом, но мы также уважаем права человека. Если Вы недовольны каким-либо контентом, дайте нам знать, и мы удалим его».

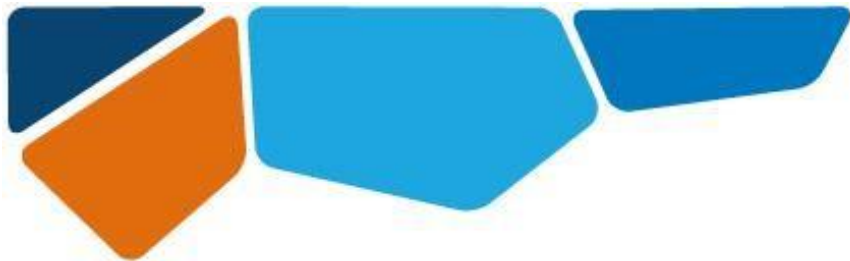
КАКИМ ОБРАЗОМ БУДУТ ОЦЕНИВАТЬСЯ РИСКИ?

КОНТЕНТ С ВЫСОКИМ УРОВНЕМ РИСКА	КОНТЕНТ СО СРЕДНИМ УРОВНЕМ РИСКА	КОНТЕНТ С НИЗКИМ УРОВНЕМ РИСКА
Изображения знаменитостей Реклама конкурентов Изображения государственных служащих Изображения из платных фотобанков (без разрешения)	Логотипы и названия, принадлежащие третьим лицам Профессиональные фотографии Изображения физических лиц	Текущая реклама компании Unilever Изображения из бесплатных фотобанков Любительские фотографии

ОСНОВНЫЕ ПРАВОВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА

- ✓ Не используйте в ваших сообщениях изображения знаменитостей без разрешения.
- ✓ Не используйте названия и бренды сторонних производителей без разрешения (например, «Секретные материалы»).
- ✓ Не используйте брендинг или фотографии продукта для неочищенного контента (например, логотип «Clear»).
- ✓ Не используйте неочищенный контент с аккаунта бренда, используйте перепосты третьих лиц.





- ✓ Не копируйте изображения третьих лиц для пародий — разработайте свое собственное изображение (например, изображение супермена) и избегайте использования подобных элементов, чтобы уменьшить сходство.
- ✓ Не используйте чувствительные темы для пародий или постов (например, политические, социальные новости).

!!! Пожалуйста, помните, что в соответствии с действующим законодательством и Кодексом принципов ведения бизнеса компания Unilever никогда не будет нарушать права интеллектуальной собственности или иные права третьих лиц.

ЧТО МОЖЕТ ПРОИЗОЙТИ, ЕСЛИ НЕ СОБЛЮДАТЬ ПРАВИЛА

- Социальная сеть или Unilever должны немедленно удалить контент по требованию.
- Если правообладатель полагает, что удаления контента недостаточно, он может подать иск о возмещении ущерба.
- Ответственность за нарушение прав интеллектуальной собственности может составлять до 15 % от дохода или 5 млн. рублей, в зависимости от нарушения.

ОСНОВНЫЕ ПРАВОВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ

- Используйте хэштег «#ad» или «#SPON» (эквивалент на русском\украинском языках #реклама, #спонсорство) для рекламных или спонсорских сообщений’.
- Используйте хэштег «#GOTITFREE» (эквивалент на русском\украинском языках #полученобесплатно, #отриманобезкоштовно) для сообщений, основанных на свободном распространении образцов’.
- Используйте индикацию «X является оплачиваемым представителем бренда Y» для видеоблогов’.

‘См. подробнее в руководстве «Идентификация рекламы в социальных медиа».

“См. подробнее в руководстве «Правовые рекомендации ведения видеоблогов».

Контакты

Узнайте больше на Legal HUB for Marketing

<https://unilever.sharepoint.com/teams/LegalHUBforMarketing/Unilever%20Document%20Library/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fteams%2FLegalHUBforMarketing%2FUnilever%20Document%20Library%2FDIGITAL%20GUIDES>

По любым вопросам связывайтесь с юридическим отделом:

Legal BP Galina.Savostyanova@unilever.com и

Junior Legal BP Elena.Shurtakova@unilever.com

Направляйте запросы в [Ask legal](#)

