



Política de Redes Sociais

Data / Versão: May 2025 / 2.1

Processo 2.0: Compliance

Editor: Chief Compliance Officer

P 1 | 3

Política de Redes Sociais

Válido desde Setembro 2021

O Grupo Hilti ("Hilti") promove o comportamento ético como parte da nossa cultura empresarial. Esta política detalha as secções do Código de Conduta Hilti relativas à Integridade.

A Política de utilização de Redes Sociais deve ser obedecida quando os empregados contribuem para as Plataformas de Meios de Comunicação Social em relação à Hilti, não cobrindo o uso privado das Plataformas de Meios de Comunicação Social não relacionadas com a Hilti. As Plataformas de Meios de Comunicação Social incluem ferramentas online externas e internas, tais como blogs e microblogs (ex. X, Viva Engage), YouTube, wikis (ex. Wikipedia), redes sociais (ex. Facebook, Instagram, REDi), redes profissionais (ex. LinkedIn) e sites de construção de comunidades utilizados para partilhar voluntariamente conteúdos, opiniões, insights, experiências e perspectivas para facilitar conversas e interação entre as pessoas. A utilização apropriada das Plataformas de Meios de Comunicação Social assume auto-responsabilidade e está de acordo com os valores Hilti e o princípio Hilti de empoderamento dos funcionários. Regras especiais aplicam-se aos membros da equipa que comunicam nos canais oficiais da Hilti.

Esta política aplica-se à (i) Hilti Corporation, (ii) a cada uma das subsidiárias nas quais a Hilti Corporation detém legalmente, direta ou indiretamente, mais da metade do capital social emitido (ações), ou que seja de outra forma controlada pela Hilti Corporation (por meio da capacidade de dirigir seus assuntos e/ou controlar a composição de seu conselho de administração ou órgão equivalente) e (iii) todos os colaboradores das entidades mencionadas, incluindo diretores, executivos e gestores, estagiários e trabalhadores temporários. Representantes terceiros da Hilti também devem observar as disposições desta Política e devem incentivar a adesão aos seus princípios, dentro do escopo de seus poderes e responsabilidades.



Regras Base:

Deve sempre:

1. Seguir o Código de Conduta também online.
2. Identificar-se e informar o seu cargo/relação com a Hilti.
3. Manter a confidencialidade das informações comerciais.
4. Respeitar os direitos pessoais e proteger os dados pessoais.
5. Escrever apenas sobre tópicos que esteja bem informado
6. Compartilhe apenas fotos/vídeos de produtos Hilti utilizados conforme o manual de instruções, e com o utilizador com os Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) exigidos

Tente sempre:

- Agir como um modelo a seguir e ser autêntico.
- Manter as coisas simples.
- Assumir que tudo o que escreve online se tornará público e aja com prudência.
- Dizer a coisa certa na altura certa.
- Dar prioridade à qualidade sobre a quantidade

Para mais detalhes, ver glossário.

Se reagir

Pode responder a:

- a um comentário positivo ou neutro;
- a um comentário ou questão que se enquadre no seu campo de especialização;
- questões gerais sobre a Hilti.

Tenha cuidadoso se responder a:

- brincadeiras sobre os produtos, serviços ou sobre a Hilti como empresa,
- comentários ou perguntas negativas ou ofensivas
 - contate antes o seu responsável local que gere a comunicação nas redes sociais (social media manager) para alinhar a resposta.

Se postar ou publicar

Antes de partilhar qualquer informação, verificar se a informação está atualizada e correta e validar e citar a fonte.

Ao incorporar imagens na sua publicação, certifique-se de que estas não revelam qualquer informação confidencial, por exemplo, no fundo da imagem.

A comunicação oficial ao público, jornalistas e meios de comunicação social tem lugar exclusivamente através da direção, comunicações corporativas, ou funcionários claramente autorizados.

Diretrizes legais adicionais devem ser observadas por gestores de meios de comunicação social, comunicações empresariais, marcas patronais e equipas de marketing digital - ou grupos de comunicação especialmente autorizados através dos canais oficiais Hilti¹.

Não deve

- dirigir-se aos nossos concorrentes pelo nome ou por outros identificadores de marca, como cor ou slogan,
- usar calúnias étnicas, insultos pessoais, obscenidade, postar/partilhar material criminoso, discriminatório, odioso ou assediador,
- ligar Hilti a conteúdos negativos ou controversos,
- usar o seu endereço de e-mail Hilti para se registar em Plataformas de Meios de Comunicação Social fora da Hilti,
- responder a perguntas fora do seu campo de especialização,
- envolver-se sozinho em situações de crise

A Hilti tem equipas que monitorizam as redes sociais e estão treinadas para responder a discussões difíceis online ou (potenciais) situações de crise. Contacte-os para obter apoio. [PTallDIGITAL@hilti.com]. Para suporte global contacte [Global Social Platforms Team](#).

Proteção dos direitos pessoais e de terceiros

No âmbito da utilização das redes sociais, devem ser respeitados os direitos das pessoas e de terceiros (por exemplo, direitos pessoais, direitos de autor, marcas registadas ou bens/localizações de terceiros). Isto aplica-se não só ao conteúdo criado por si, mas também ao conteúdo de terceiros.

Rever Termos e Condições

Leia os respetivos termos e condições das Plataformas de Meios de Comunicação Social e defina as definições de privacidade de acordo com o seu propósito.

¹ Consulte as [diretrizes legais](#), as [instruções de design de vídeo e motion](#), e o [regulamento para a criação de conteúdos com inteligência artificial \(IA\)](#) que se aplicam a nível mundial.



Sanções

As atividades dos meios de comunicação social em violação das regras desta política serão sancionadas em conformidade. Por favor, tenha em atenção todos os requisitos do seu contrato de trabalho (por exemplo, para salvaguardar os segredos empresariais e comerciais), as suas obrigações contratuais de consideração, o Código de Conduta

Hilti e a Política Anti-Discriminação Hilti – estes também se aplicam ao seu comportamento nas Plataformas de Meios Sociais, se estiver relacionado com a Hilti.

As sanções dependem da gravidade do caso e podem variar desde avisos e advertências até à rescisão imediata do contrato, ação civil por danos e ação penal, de acordo com as leis locais aplicáveis



Glossário/ Definições

Siga o Código de Conduta também online.

- Os mesmos princípios e diretrizes que se aplicam às atividades dos membros da equipa Hilti em geral - tais como, o Código de Conduta da Hilti e as regras de comportamento em Concorrência, as Diretrizes de Proteção de Informação, e a Política de Cibersegurança - também se aplicam às atividades dos funcionários da Hilti em Plataformas de Meios de Comunicação Social.
- Integridade, Coragem, Trabalho de Equipa e Compromisso significa agir como agiria em qualquer situação social ou ambiente; nunca tenha medo de falar ou de se manifestar; seja um bom cidadão da Internet.

Identifique-se.

- A transparência é a melhor política. Identifique sempre a sua relação com a Hilti se apoiar qualquer produto ou serviço Hilti online, deve escrever na primeira pessoa. Se o fizer, use o seu nome verdadeiro e seja claro quanto ao seu papel. No entanto, nunca deixe a impressão de que está a falar oficialmente em nome da Hilti. Não crie perfis, páginas ou contas que usem o nome Hilti ou o logótipo Hilti.
- Use "eu" em vez de "nós" para a comunicação nas redes sociais.

Manter a confidencialidade das informações comerciais.

- Respeitar a confidencialidade comercial, por exemplo, para produtos futuros, documentos confidenciais, quaisquer contratos, resultados de vendas ou segredos de empresa da Hilti, dos nossos clientes ou fornecedores.
- Isto inclui não citar ou referir-se a clientes, parceiros ou fornecedores da Hilti sem aprovação. Pedir permissão para publicar ou relatar quaisquer conversas. Observar os requisitos de não-divulgação e outros requisitos de confidencialidade.

Respeitar os direitos pessoais e proteger os dados pessoais.

- As fotografias e outros registos visuais requerem o consentimento prévio do fotógrafo e/ou das pessoas que constam do registo.
- Todas as pessoas têm direito à proteção de dados pessoais, se os afixarem sem consentimento, violam esta política e potencialmente as leis locais.
- Por "dados pessoais" entende-se qualquer informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável, tal como nome, número de identificação, dados de localização, um identificador online ou fatores específicos da identidade económica, cultural ou social de uma pessoa singular.

Escreva apenas sobre tópicos bem conhecidos.

- Certifique-se de escrever e postar sobre as suas áreas de especialização, especialmente no que diz respeito à Hilti e tecnologia Hilti. Assegure-se de que qualquer recomendação ou opinião que oferece sobre os produtos ou serviços da Hilti é exacta e completa.
- Siga e envolva-se com um objetivo. Escolha quem segue e a sua relevância para a marca.
- Não saia da sua área de especialização e poste ou comente sobre um tópico ou tendência que não esteja relacionado com a nossa empresa.

Agir como um modelo a seguir e ser autêntico.

- Um debate saudável e uma reação incendiária podem estar próximos. Não é necessário e não deve responder a todas as críticas ou reações. Alguns tópicos - como política ou religião não são geralmente tópicos adequados para redes sociais relacionadas com negócios. Seja cauteloso e atencioso. Uma vez que as palavras estejam lá fora, não as poderá ter de volta. E uma vez iniciada uma discussão acesa, é difícil pará-la. Finalmente, seja transparente e admita quando estiver errado online.

Manter as coisas simples.

- O valor das Plataformas de Redes Sociais é enriquecido pela criatividade e espontaneidade. Aplique um rácio de 80% conteúdo informativo, educativo, divertido, 20% promocional. Certifique-se de escolher os meios mais apropriados em função do objectivo e do público.
- Deve esforçar-se por ajudar os nossos clientes, parceiros, e colegas de trabalho. Deve ser estimulante e construir um sentido de comunidade. Se estiver a ajudar as pessoas a melhorar o conhecimento ou as competências, a construir os seus negócios, a fazer o seu trabalho, a resolver problemas, ou a compreender melhor a Hilti - então está a acrescentar valor.

Assuma que tudo o que escreve online se tornará público e seja prudente.

O que se publica é amplamente acessível e perdurará no tempo, por isso considere cuidadosamente o conteúdo. Todas as declarações devem ser verdadeiras e não enganosas, e todas as alegações devem ser substanciadas e aprovadas. Nunca comente sobre procedimentos legais ou reclamações com a Hilti.

Diga a coisa certa no momento certo.

- A Hilti é uma empresa global que defende a diversidade, equidade e inclusão - siga o compromisso respetivo no Código de Conduta.

Dar prioridade à qualidade sobre a quantidade.

- Não aborreça o seu público com demasiado conteúdo. Leve em vez disso mais tempo a gerar menos conteúdo, mas mais relevante.